

ENTREPRENDRE

en Beaujolais

DOSSIER

**LE RENOUVEAU
ÉCONOMIQUE
DU BEAUJOLAIS**



MANAGEMENT - RESSOURCES HUMAINES - COMMUNICATION

- Formation de formateurs en entreprise : 2, 3, 13, 14 février, 9 mars (éligible CPF)
- La gestion administrative du personnel : 6, 7, 13 février
- Mieux communiquer avec la PNL : 7, 14, 15 février
- Conduire les entretiens professionnels : 9, 10 février
- Animer une équipe de travail : 6, 7, 20 février, 1 mars (éligible CPF)
- Exercer le rôle de tuteur en entreprise : 23, 24 mars (éligible CPF)
- Méthodologie de résolution de problème : 13, 14 février

QUALITE HYGIENE SECURITE

- Sauveteurs Secouristes du Travail : 13, 14 février (éligible CPF)
- Les règles d'hygiène alimentaire : 27, 28 février (éligible CPF)

VENTE RELATION CLIENT

- Mener une négociation commerciale : 6, 7, 14, 20, 21 mars (éligible CPF)

COMMERCE INTERNATIONAL

- Les règles incoterms : 16 février
- Les crédits documentaires : 6, 7 mars

FORMATION LANGUES

- Semaine intensive d'anglais pour les scolaires : du 20 au 24 février
- Sessions collectives de 40 heures en anglais, espagnol, italien, allemand et français langue étrangère : démarrage février 2017
- Cours individuels sur mesure,
- Formations intensives d'une semaine pour adultes sur toute l'année
- Formations intensives d'une semaine pour scolaires du 20 au 24 février
- Remise à niveau en français

Compte Personnel de Formation avec TOEIC, BULATS, VOLTAIRE, BRIGHT

INFORMATIQUE

- Word perfectionnement - trucs et astuces : 13 février
- Word perfectionnement - mailing : 17 février
- Excel faux débutants : 20, 21 mars
- Excel initiation aux bases de données tableaux croisés dynamiques : 28 mars
- Powerpoint fonctions de base : 7 mars
- Powerpoint fonctions avancées : 14 mars
- Outlook fonctions de base : 30 mars

STAGE 5 JOURS « 5 JOURS POUR ENTREPRENDRE »

- Formation pour les futurs créateurs et repreneurs
 - 3 au 7 avril
 - 26 au 30 juin
 - 25 au 29 septembre
 - 11 au 15 décembre



AGENDA

2, 9, 16 et 23 février 2017
Permanence RSI à la CCI

2 février 2017
RV d'experts INPI à la CCI

6 février 2017
RV d'experts juridiques à la CCI

7 et 21 février 2017
10 clés pour entreprendre à la CCI

9 février 2017
Atelier innovation « objets connectés »

14 février 2017
RV d'experts comptables à la CCI

21 février 2017
RV d'experts de l'international

2, 9, 16, 23, 30 mars 2017
Permanence RSI à la CCI

6 mars 2017
RV d'experts Juridiques à la CCI

7 mars 2017
RV d'experts INPI à la CCI

7 et 21 mars 2017
10 clés pour entreprendre à la CCI

14 mars 2017
RV d'experts comptables à la CCI

31 mars 2017
Digital Forum Beaujolais 3.0

3 au 7 avril 2017
Stage 5 jours pour Entreprendre à la CCI

3 avril 2017
Journée Quinzaine
de l'International à la CCI

5 avril 2017
RV d'experts INPI à la CCI

Contact CCI :
Dominique Cérutti
Tél. : 04 74 62 73 00

4 TABLEAUX DE BORD

5 ÉDITORIAL

6 ACTUALITÉS

8 PRODUITS

10 DOSSIER

Le renouveau économique
du Beaujolais

19 IMPLANTATION

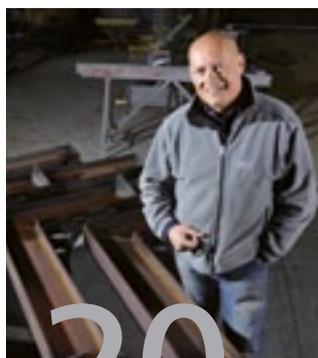
Acemma veut prospérer
en Beaujolais



P. 19
IMPLANTATION

20 REPRISE

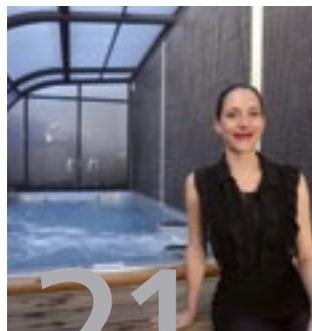
Une reprise de Tête
prometteuse



P. 20
REPRISE

21 SERVICES

Un instant pour soi
s'offre à vous



P. 21
SERVICES

22 À TABLE

La Table de Maxime,
cuisine de terroir
et bistrannique

23 DOSSIER RHÔNE-ALPES
ÉCONOMIE

Circuits courts
et made in France :
des paris devenus gagnants

31 ACTUALITÉS CCI

- Election de Jean-Baptiste
Maisonneuve à la présidence
de la CCI Beaujolais
- Le catalogue des formations
2017 fait le plein de nouveautés !
- Dirigeants,
accordez-vous une pause
stratégique !
- Un Forum pour s'orienter
- Salon de l'Entreprise
6 entreprises du Beaujolais
ont reçu le Trophée
Excellence 2016

Réalisation :
Chambre de Commerce
et d'Industrie Beaujolais
317 Bd Gambetta - BP 70427
69654 Villefranche-sur-Saône
Cedex
Tél. : 04 74 62 73 00
Fax : 04 74 65 31 79
www.beaujolais-cci.com
cci@villefranche.cci.fr

ISSN 1951-0918

Directeur
de la publication :
Jean-Baptiste
MAISONNEUVE

Coordination de
la réalisation :
Elisabeth MEYZEN

Rédactrice en chef :
Elisabeth BALLERY

Rédaction :
Agence de presse Be-press

Photos :
Francis Mainard

Crédits photos :
Dannancier
lestresjolieschaussures
Perlants du Verger
Tout En Béret
Shutterstock
Tous droits réservés.
Reproduction interdite
sauf accord de la direction
Entreprendre en Beaujolais

Montage et réalisation
du magazine :
rougevert - www.rougevert.fr
69400 Villefranche-sur-Saône

Flashage,
impression, façonnage :
Imprimerie Faurite
01700 Miribel

Abonnement
8€ (4 numéros par an)
Tirage : 7000 exemplaires

➔ Vous souhaitez
recevoir la **NEWSLETTER**
de la CCI Beaujolais

➔ Vous souhaitez connaître
les coordonnées
des entreprises citées
dans ce numéro

LE CAMPUS MARTELET

UN SITE D'EXCELLENCE AU COEUR DU BEAUJOLAIS

ILS NOUS FONT DÉJÀ CONFIANCE

École Web Force 3,
DUP Université Lyon 3 (IUT)

UN POOL DE FORMATION AU SERVICE DES ENTREPRISES

Au cœur d'un tissu économique,
industriel et commercial dynamique
en recherche de main d'oeuvre qualifiée.

TOUTES FILIÈRES TOUTES ACTIVITÉS DE FORMATION

Plateaux techniques
Salles de cours
Flexibilité adaptée aux formations
continues et /ou initiales

20 MIN AU NORD DE LYON

Près de la sortie d'autoroute A6
A proximité immédiate du centre ville
A quelques minutes à pied de la gare
TER de Villefranche

AU CŒUR D'UNE ZONE D'ACTIVITÉS dotée de multiples services



Ensemble, construisons demain !

A l'issue des élections consulaires d'octobre et novembre derniers, la liste « Entreprendre pour le Beaujolais » que je conduisais, composée de 30 chefs d'entreprise hommes et femmes du territoire a été élue. Je tenais à vous en remercier.

Notre équipe, très représentative du tissu économique Beaujolais tant en termes d'activités et de taille d'entreprise que de secteurs géographiques, s'est engagée à remplir le mandat que vous nous avez confié. Ainsi il nous appartiendra d'œuvrer au développement économique du Beaujolais en déclinant missions, programmes et actions sur le terrain : création/transmission d'entreprises, formation, innovation, international, environnement, aménagement du territoire et des zones d'activités, gestion des équipements (port, aérodrome, ParcExpo), développement des réseaux d'entrepreneurs... Nous nous attacherons tout particulièrement à détecter les nouveaux besoins des entreprises pour apporter les réponses propres à les satisfaire.

Nous veillerons à renforcer nos partenariats avec les communautés de communes et la communauté d'agglomération de Villefranche-Beaujolais pour œuvrer ensemble au développement économique de notre Beaujolais et à son rayonnement extérieur. La marque fédératrice « trèsBeaujolais », portée par le Cluster Beaujolais, contribue déjà à cet objectif de rassemblement et nous permet de parler de façon concertée pour agir avec plus de force.



Notre mission de représentation des intérêts des entreprises confiée par l'État nous conduit tout naturellement à jouer le rôle d'une interface utile, pragmatique auprès des collectivités territoriales. C'est la condition pour qu'un modèle de développement économique ambitieux se concrétise dans le Beaujolais, reposant sur l'excellence dans le numérique avec l'objectif de l'accès au haut débit pour tous, l'innovation, l'industrie, la formation avec le développement du campus Martelet, le tourisme,

le parc d'activités Lybertec, pour ne citer que ces thématiques.

Les atouts de notre territoire sont nombreux et se reflètent dans ce dossier. Ils se caractérisent par un véritable renouveau à travers les initiatives fédératrices mais aussi avec l'émergence de nouveaux entrepreneurs, issus du territoire ou venus d'ailleurs s'installer sur le Beaujolais pour son attractivité et son dynamisme.

Nous saurons faire entendre la voix de nos entreprises à l'échelle d'Auvergne-Rhône-Alpes au travers de la nouvelle CCI de région mise en place en ce début d'année.

Alors, anticipons, imaginons des voies nouvelles pour l'avenir. Mesdames et Messieurs les Entrepreneurs, participons à l'aventure entrepreneuriale collective régionale pour que le Beaujolais et Auvergne-Rhône-Alpes fassent longtemps la course en tête !

Jean-Baptiste Maisonneuve
Président

Hexadistri surfe sur l'engouement pour la cuisine

Benjamin Demay est le jeune fondateur d'une société de négoce d'articles de cuisine en ligne, à dominante Made in France. Deux années après la création, Hexadistri a réalisé sa première embauche en alternance en janvier. L'entreprise est installée dans les locaux de la pépinière e-Cité, « idéale pour se développer grâce à la force des échanges entre entrepreneurs du web. Nous avons pu négocier une offre de transport pour sept d'entre nous, ce qui assure presque les volumes d'un grand compte et nous a permis d'obtenir de meilleurs tarifs ». Hexadistri dispose d'un important stock pour livrer avec réactivité ses commandes. Il réunit près de 3 800 références grâce à ses accords fournisseurs, dont certains comptent parmi les leaders des équipements et des ustensiles de cuisine. « Nous représentons déjà pour certaines 5% de leurs ventes ». Les clients de la restauration et de l'hôtellerie sont nombreux (40% de l'activité), aux côtés de particuliers qui, comme l'illustre le succès des émissions de cuisine, se mettent aux fourneaux. La société dispose d'environ 20 000 clients, dont 30% à l'export. Prochaine étape : après être présente sur le web via les grandes places de marché, Hexadistri vendra en direct avec sa propre plate-forme web, ofourneau. Lancement prévu en février !

Initiative Beaujolais : bilan des 20 ans

Depuis 1996, ce sont plus de 500 entreprises qui ont été accompagnées et plus de 6,8 M€ de prêts octroyés par Initiative Beaujolais, membre d'Initiative France, le premier réseau associatif de financement de la création d'entreprise (223 plateformes sur tout le territoire). « Notre soutien a permis de créer ou sauvegarder 1450 emplois en Beaujolais, ajoute Aurélie Giraud, responsable de l'antenne locale. Nos prêts d'honneur suscitent un très fort effet de levier, puisque 725 K€ prêtés en 2016 ont permis de lever 7,4 M€ de financement complémen-

taire auprès des banques ! ». Chaque année, la plateforme d'initiative locale sélectionne une cinquantaine de projets, de tous types d'activité (industrie, commerce, services, tourisme), pour leur qualité et leur viabilité économique. Des conseils sont en outre prodigués, et un accompagnement assuré au moins sur 4 ans grâce aux parrains, tous entrepreneurs, et pour certains anciens créateurs d'Initiative Beaujolais. « Nous en comptons 120 actifs sur le territoire, mais nous sommes toujours à la recherche de nouveaux dirigeants parrains ». Parmi les

évolutions fortes, il convient de souligner la progression des femmes dirigeantes (17% des dossiers en 2014, 30% en 2016), et des profils aguerris venus de l'extérieur pour s'installer dans la région. Notons aussi la montée en puissance de l'association qui, si elle a instruit 24 projets en 2014, en a suivi 50 en 2016 ! « Elle est due à une communication accrue et une ouverture de nos critères d'activité aux savoir-faire artisanaux », précise Aurélie Giraud. L'association entame donc une nouvelle décennie sous le signe du dynamisme ! ■

Les Câblages Du Beaujolais tissent leur réseau local

Après 36 ans d'ancienneté chez SPIE, Bernard Guittard, à 53 ans, a repris l'activité locale du groupe en créant la société Les Câblages Du Beaujolais (LCDB). Active depuis le 1er mars 2016 et installée à Quincé, l'entreprise de 5 personnes est spécialisée dans les installations d'armoires électriques et tous travaux électriques, pour les logements ou les locaux professionnels. Le

premier client de LCDB est pour l'instant SPIE, mais le dirigeant prévoit de diversifier l'activité et travaille déjà pour RTE et GRT Gaz, ainsi que des clients industriels en région lyonnaise. Ses 800 m² de locaux permettent d'assembler les composants des armoires électriques et de réaliser toutes les opérations de pré-câblage sur place. « J'ai eu la chance de démarrer avec les anciennes

équipes de SPIE qui m'ont suivi, et cette reprise a permis de sauvegarder l'emploi et des compétences au niveau local alors que l'activité n'était plus rentable pour le groupe. Trois salariés sont aussi devenus actionnaires à 20% des parts », commente le dirigeant de la société, également soutenu par un prêt d'honneur d'Initiative Beaujolais. ■

En bref

Biyo Hana, nouvel institut à Belleville

Depuis octobre dernier, Marine Remuet, qui exerçait auparavant à son domicile à Dracé et a travaillé neuf années en institut à Anse, a investi des locaux de 45 m² au 5, place de l'Église, à Belleville, pour ouvrir un institut de beauté bio. Une porte attenante la sépare juste

du salon de coiffure Bell Hair, ce qui permet aux clients venant se faire coiffer de bénéficier de prestations pendant, par exemple, la pose d'un balayage. « C'est un vrai service qui est ainsi apporté », sourit la jeune femme. Parmi les offres de l'institut : modelages relaxants, soins du visage et du corps, épilations, maquillage, beauté des mains... Marine Remuet

n'utilise que des produits certifiés biologiques ou 100% naturels, comme les marques Bioreline et Zao. La créatrice est satisfaite de ses débuts d'activité, et ses bons cadeaux avant les fêtes ont connu beaucoup de succès. De nombreuses anciennes clientes l'ont suivie jusqu'à Belleville après son installation. ■

Saitec s'implante à Arnas

Dès mars prochain, la Société d'automatisme et d'électricité caladoise s'installera dans des locaux adaptés à son développement, sur la zone d'activités de la Chartonnière, à Arnas. Saitec a été créée en décembre 2013 par trois associés experts de ce domaine d'activité, Guillaume Dumazel, Adrien Duperron et Stéphane Vacheron. S'ils ont bouclé leur premier exercice à six personnes et 400 K€ de

chiffre d'affaires à Gleizé, ils emploient maintenant 20 collaborateurs pour un prévisionnel 2016 de 2,7 M€. Le déménagement s'effectuera dans des locaux de près de 500 m², dont 330 m² au sol et 150 m² de bureaux à l'étage. « Peut-être louerons-nous des espaces dans un premier temps, car nous serons d'abord au large. Mais nous devons ajuster nos locaux à nos prévisions de croissance ». Sans doubler en-

core son périmètre, la société envisage en effet une solide progression d'ici 2020, avec un chiffre d'affaires se situant autour de 4 M€ pour 25 personnes. Saitec a su se faire un nom et pénétrer les marchés de l'industrie, du tertiaire grâce à son expertise en programmation d'automates et installation de matériel électrique. Elle assure des prestations complètes et à haute valeur ajoutée pour ses clients. ■

Monweekend avillefranche.com est arrivé !

Après Lyon en 2010, Saint-Etienne et Vienne en 2014, l'Agglo Villefranche Beaujolais Saône bénéficie à son tour d'un site Internet dédié aux loisirs des habitants du territoire. Cette initiative s'inscrit dans le cadre des actions de coopération menées par le Pôle Métropolitain. « Une vraie opportunité pour un site qui a dépassé 800 000 visites en 2015 dans sa version lyonnaise, 100 000 à Saint-Etienne et 50 000 à Vienne », explique Nelly Noailly, directrice de l'Office de Tourisme.

Monweekendavillefranche.com décline donc désormais la palette des activités, idées de sorties, événements du territoire, une offre également interconnectée aux trois autres sites monweekend ! Gérée par l'Office de Tourisme Villefranche Beaujolais Saône, la version locale est notamment animée et rédigée par Catherine, qui partage ses « coups de cœur » et « bons plans ».

Sotradel se renforce sur ses bases

L'entreprise de solutions logistiques et transports Sotradel a réalisé une opération de croissance externe, avec la reprise de la société de transports Ansaldo et Fils, basée à Décines. Cette société familiale créée en 1979 compte une dizaine de personnes pour un chiffre d'affaires d'environ 1,350 M€, en transport routier de marchandises de la région lyonnaise vers l'Est de la France. « Nous ne cherchons pas de cibles, mais nous sommes attentifs aux situations de dirigeants de sociétés cé-

dantes, dotées d'une clientèle fidèle et d'une situation saine, sans successeur en interne au moment de prendre leur retraite », commente Noël Comte, président de Sotradel (200 personnes en début 2017 ; CA prévisionnel 2016 : 26 M€). « La crise de 2008 a débouché sur une véritable rupture, qui nécessite toujours plus d'expertise, de compétences, de réactivité, de la part de nos organisations. Cette complexité peut dissuader les jeunes membres d'une famille à se lancer seuls dans l'aventure

entrepreneuriale. Nous nous attachons chez Sotradel à faire face à ces défis par un niveau élevé d'investissement en formation (3,7% de la masse salariale), un système de délégation très fort et peu hiérarchisé – la relation client fournisseur prime en interne - et l'intégration des nouvelles personnes là où elles peuvent exprimer leur talent ». Sotradel est ainsi en mesure de proposer des solutions logistiques et transports toujours plus poussées pour ses clients, conditions de sa performance. ■

En bref

Réussir une cession d'entreprise

Philippe Bouault, ancien dirigeant d'une petite société d'aménagements paysagers, APR Jardin à Gleizé, a pu céder son entreprise après avoir eu recours aux services de la CCI et publié une annonce sur Transentreprise.com. « Deux mesures étaient devenues

difficiles pour solvabiliser les travaux d'entretien des jardins des particuliers : d'une part le passage d'une TVA réduite à une TVA à 20%, d'autre part l'obligation d'employer au moins 24h une personne à temps partiel. J'ai donc préféré revendre mon activité à une grande société, aux reins plus solides et misant

sur le volume, puis reprendre mon ancien métier de consultant ». La vente s'est déroulée en 2016, à l'issue de quatre propositions de reprise, dont les deux plus sérieuses émanaient du dispositif de transmission commun aux CCI et Chambres de Métiers, Transentreprise. ■

Une offre de chaussures glamour et tendance !



Passionnée par les belles chaussures et après douze années en tant que responsable achats, logistique, sécurité, dans une entreprise lyonnaise, Aurélie Dalmas a fondé le site Internet lestresjolieschaussures.com. « Mon poste n'évoluait plus, et issue d'une famille de commerçants, j'ai eu envie de me lancer, raconte la jeune femme. J'ai choisi une offre que l'on a du mal à se procurer, des chaussures à prix raisonnable pour la plupart venues du Brésil. Très féminines, souvent à haut talon mais pas seulement, elles se distinguent de ce qui peut se trouver en France ». Le site a été ouvert en mars 2016 avec une trentaine de modèles différents et en propose maintenant une cinquantaine. « Ce qui marche vraiment bien, ce sont

les ventes à domicile, où j'interviens pour des groupes d'amies sur invitation, ou lors d'événementiels. Je me déplace à Aix-en-Provence, Orange, Avignon, mais aussi dans le Beaujolais bien sûr, le Mâconnais, l'Ain, et jusqu'en Haute-Savoie. Internet me sert surtout de vitrine auprès de mes clientes et de complément de ventes ». Aurélie Dalmas retrouve dans son entreprise la multiplicité des fonctions – achats, logistique, commercial, marketing, communication – qu'elle a toujours appréciée. Pour 2017, elle compte étendre son activité en employant des vendeuses à domicile. www.lestresjolieschaussures.com ■



Dannancier forge à l'ancienne

La Sarl de serrurerie métallerie Dannancier, à Gleizé, réalise tout type d'ouvrages métalliques pour le compte de professionnels ou de particuliers (barrières, escaliers, portails, clôtures, rideaux métalliques, garde-corps, systèmes de fermeture de bâtiments...). Mais sa vraie spécialité est un travail d'excellence, accompli à l'ancienne. Il s'agit d'œuvres de ferronnerie faites sur mesure, pour de la rénovation ou restauration de patrimoine, ou encore la conception de pièces uniques entrant dans la réalisation de rampes d'escaliers intérieurs ou extérieurs, de balcons ou de pergolas, par exemple. « Nous avons dernièrement réalisé des rampes avec volutes magnifiques à Gleizé », témoigne Franck Dannancier. Outre ces pièces d'exception, la société créée en 1982 par le père de l'actuel dirigeant, se consacre aussi aux travaux d'entretien des magasins ou de constructions neuves pour des grandes chaînes de distribution. Les interventions peuvent s'effectuer alors dans un rayon de 200 à 300 kms. « Notre métier devient de plus en plus rare, et l'on nous dit souvent que nous avons un vrai savoir-faire », ajoute le dirigeant qui emploie actuellement trois personnes. www.sarldannancier.fr ■



Tout En Béret pare les têtes



Chic et chaud... la première collection de bérets élaborée par la société Tout En Tête apporte à coup sûr confort cet hiver, allié à une touche bien française de fantaisie et d'élégance. « Nous avons imaginé 4 dessins exclusifs, créés en interne et déposés à l'INPI – Envols, Étincelles, Poudre, Passion – qui se déclinent selon les couleurs en 12 modèles différents, avec mitaines et écharpes assorties, ainsi que quatre carrés de soie », explique Christine Pays. La dirigeante de la société spécialisée dans les chapeaux de cérémonie et accessoires de mode a voulu miser sur un produit complémentaire, diffusé exclusivement sur Internet et dans quelques boutiques, recourant à une fabrication 100% française. « La création et la confection sont réalisées dans notre atelier qui emploie 9 personnes de talent, et l'impression est confiée à une société de la région », ajoute-t-elle. S'il est encore trop tôt pour juger des retombées de cette première saison, la société a déjà conçu huit nouveaux modèles pour l'hiver 2017-2018, dont certains très tendances visent clairement une cible jeune,

féminine et mutine à la fois. Grâce à cette gamme et à l'e-boutique, l'entreprise s'adresse à une nouvelle clientèle d'emblée internationale, adepte de la confection et de l'esprit « Made in France ».

www.toutenberet.com ■



Perlants du Verger, la pleine expression du fruit et du vin

Claudine Lapalus, œnologue de formation et installée depuis 2014 sur l'exploitation familiale (1,9 ha) de Quincy-en-Beaujolais, est à l'origine d'une première : la vinification de fruits de la région, pour proposer des boissons 100% naturelles, peu alcoolisées (8%) et peu sucrées. « J'ai souhaité recourir à d'autres techniques de vinification et offrir quelque chose de totalement nouveau. Toute la difficulté consistait à mettre en avant les arômes et goûts des fruits et à stabiliser les boissons fermentées obtenues ». En plus de ses cuvées AOP Beaujolais Villages et de ses vins rosés, la jeune femme a donc mis au point trois produits : un Perlant de framboises, obtenu à partir de framboises des Monts du Lyonnais fermentées et pures. Sa fraîcheur et sa légèreté accompagnent à merveille tomates mozzarella, plats à base de fromage de chèvre ou desserts au chocolat. Puis est venu l'hydromel, un « vin de miel », savant mélange vinifié de miel des Monts du Beaujolais et d'eau de source, ainsi qu'un Perlant de pommes, poires et coings des Monts d'Or. Les boissons se marient ici avec melon, fruits de mer, foie gras, Comté ou Beaufort, à moins que des crêpes ou du pain d'épices ne mettent tout le monde d'accord ! Pour exploiter cette gamme, Claudine a créé la société Perlants du Verger en avril 2016, soutenue par Initiative Beaujolais et Initiative Remarquable, reconnaissances d'un projet d'entreprise durable. Les boissons sont distribuées auprès de restaurateurs, cavistes et épicerie fines, ou sur Internet et en salons. La dirigeante supporter de trèsBeaujolais s'appuie aussi sur des réseaux comme Auvergne Rhône-Alpes Gourmand. Deux productions se préparent pour 2017 : les Perlants de cassis et pêche de vigne. Last but not least, Claudine Lapalus, adepte des expériences œno-artistiques, associe des artistes du territoire pour concevoir ses bouteilles et étiquettes.

www.vinsclapalus.com ■





L'économie du territoire entre-t-elle dans une nouvelle ère ? Sans renier les difficultés de la viticulture, des dynamiques à la fois démographiques, économiques, sociales sont aujourd'hui à l'œuvre, liées à un emplacement géographique exceptionnel et à des atouts confortés par les décideurs du territoire. Regard sur ces signaux positifs et ces acteurs qui croient en l'avenir.

Le renouveau économique du Beaujolais

Et si une dynamique de territoire résultait, d'abord et avant tout, de ses acteurs et de ses organisations ? Cette thèse défendue dès le début des années 2000 par l'ancien professeur au Conservatoire national des arts et métiers, Michel Godet, apparaît particulièrement pertinente pour éclairer la transformation en cours en Beaujolais. Si la réduction des exploitations comme des hectares de vigne ont frappé la région depuis les années 2000, la mutation n'en est pas moins au rendez-vous, grâce à l'action conjuguée d'hommes,

de femmes, et d'institutions. Première pierre à l'édifice, la création en 2007 du Cluster Beaujolais, à l'initiative de l'État, de l'Inter Beaujolais et de la CCI. Ses objectifs : partager le diagnostic, proposer une vision commune du développement du territoire, mobiliser les forces vives, miser sur les complémentarités et les atouts existants. Au cœur d'Auvergne Rhône-Alpes, à proximité de la Métropole lyonnaise tout en tirant parti de sa propre identité, le Beaujolais affirmait ainsi sa foi en l'avenir.



“

Un Geopark est un territoire qui présente un attrait géologique important par sa qualité scientifique, esthétique, son exceptionnalité et sa valeur pédagogique.

”

Fédérer les supporters du territoire

De multiples initiatives ont suivi, comme la création de la marque de territoire trèsBeaujolais, impulsée par le cluster dès 2014, la parution d'un guide des Bistrot du Beaujolais où 298 tables sont répertoriées de New York à Londres, Paris, Amsterdam, en commençant par les adresses locales pour promouvoir un art de vivre et valoriser les spécialités du cru, ou encore des actions de diversification économique autour de nouvelles filières. « Ce qui nous réunit ? Nous sommes tous fiers de notre région et nous souhaitons, dans la lignée de ce qui a été lancé sous le mandat de Jean-Baptiste Maisonneuve, fédérer encore davantage, affirmer cette fierté autour de notre marque et la déployer à l'international », déclare, enthousiaste, le nouveau président du cluster Jean-Pierre Martin. L'ancien dirigeant de Martin Emballage SAS, déjà mobilisé lors des deux précédentes mandatures, a

aujourd'hui à cœur de déployer largement la marque comme une bannière commune et accélérer les axes de diversification. Marine Descombe, présidente de Vins Descombe à Saint-Etienne des Oullières, a rejoint la démarche collective en décembre dernier comme vice-présidente et trésorière adjointe du cluster. « Déjà impliquée auprès de la jeune chambre économique, je souhaitais prendre pleinement ma part dans ce changement, être actrice d'une image d'unité et de dynamisme offerte à l'extérieur, témoigne-t-elle. Nous avons tout à construire pour valoriser nos atouts touristiques et porter notre image à l'international, via certainement des actions menées avec OnlyLyon. Notre initiative multifilières est totalement positive », ajoute la jeune dirigeante. La marque trèsBeaujolais a déjà réussi un coup d'éclat en associant 150 supporters, dont 65% entreprises, 23% institutions et collectivités et 12% d'associations culturelles et sportives représentatives du Beaujolais.

Susciter la mobilisation autour du label Geopark attribué par l'UNESCO

La capacité du territoire à prendre son avenir en main s'est aussi exprimée à travers une initiative clé en matière de visibilité et d'attractivité internationale : la candidature du Beaujolais au label « UNESCO Global Geopark », portée par le syndicat mixte du Beaujolais. Un Geopark est un territoire qui présente un attrait géologique important par sa qualité scientifique, esthétique, son exceptionnalité et sa valeur pédagogique. Il n'est pas uniquement centré sur la géologie, mais aussi sur les pratiques sociales, les savoir-faire, les éléments du patrimoine ou les sites d'intérêt archéologique. On en dénombre actuel-

lement 120 au monde, situés dans 33 pays, dont 5 en France. Avec l'intégration du label Geopark par l'UNESCO en novembre 2015, il a été nécessaire, pour le syndicat mixte, de redéposer un dossier complet en automne 2016 afin de se conformer au nouveau processus de sélection. Les Etats membres de l'UNESCO statueront sur la candidature au printemps 2018. Mais d'ores et déjà, le territoire doit faire valoir ses atouts et sa capacité à mobiliser les acteurs, dans différents registres (pédagogique, touristique, économique...). « Il existe bien évidemment de multiples opportunités de développer l'économie locale et durable en lien avec la philosophie du Geopark. Pour les encourager, nous avons lancé un concours des

géo-initiatives, soit un appel à projets autour de trois catégories : les événements visites, en lien avec la démarche Geopark en Beaujolais, les aménagements (massifs, mobilier urbain...) ou dispositifs de communication valorisant les ressources locales, et enfin les produits dérivés. Cette dernière intéresse tout spécialement les entreprises, et notamment les métiers de bouche, les artisans ou les services liés aux prestations touristiques », explique Marylise Bailhache, chargée de mission auprès du Syndicat Mixte du Beaujolais. Le retour des projets s'effectue mi-février, pour des lauréats désignés lors du prochain forum annuel du Géopark, qui se tiendra le 11 mars matin au théâtre de Beaujeu.

Motion France révolutionne la suspension des VTT

Matthieu Alfano ne s'en cache pas, il a réalisé un fantasme d'ingénieur... ou de mathématicien, allez savoir. Ingénieur, il l'est, diplômé de l'École des Mines de Douai. Entré chez EDF, le jeune trentenaire pratique le VTT avec passion. Or le phénomène de plongée observé au freinage, dû à la fourche télescopique, source de nombreux accidents, l'interroge. Aucune voie de sortie ne peut être trouvée avec la technologie existante. Alors il revient aux sources de la physique, et bâtit de belles équations mathématiques, qui démontrent qu'une suspension « parfaite », où la masse ne rentre plus en ligne de compte, est possible ! Dans son garage, il tente de mettre au point une solution mécanique compatible. D'où un premier brevet déposé en 2013. Après une étude de marché, il quitte EDF pour créer en région parisienne la société Motion engineering, en avril 2015, et intègre directement une structure d'incubation à Orsay. Un deuxième prototype, puis un second brevet, viennent bientôt consolider l'innovation. En parallèle, les retours des pilotes professionnels et de champions se font unanimes : la nouvelle fourche dispose d'un incroyable potentiel. Elle apporte une meilleure adhérence, donc sécurité et vitesse, et améliore la précision de pilotage. Depuis 2016, la société qui dispose de deux nouveaux associés, toujours basés à Paris, s'installe dans les locaux de Créacité à Villefranche-sur-Saône. « J'ai ici 240 m² de surface pour des ateliers, des bureaux, un show-room, contre 50 m² à Orsay avec un loyer équivalent. A Paris, il fallait se battre pour être vu, alors qu'ici, beaucoup d'acteurs viennent à nous », sourit le jeune dirigeant. Après avoir fait tester 50 prototypes en 2016 auprès de coureurs professionnels et lancé une campagne de crowdfunding, Motion France doit maintenant changer de braquet pour lancer l'industrialisation de son produit. Parmi les étapes incontournables : une levée de fonds et la recherche de partenaires mécènes, et la commercialisation de l'innovation Motion.





Damien Gauthier et son épouse ont repris le bar-restaurant de Belmont d'Azergues après leur parcours parisien

Réussir son retour aux sources

Si ce sont bien les hommes et les femmes qui font la différence dans les dynamiques territoriales, alors les arrivées importantes de jeunes cadres et de nouveaux entrepreneurs en Beaujolais, constituent un apport de sang neuf appréciable ! « Ma femme et moi étions sur Paris, où je gérais trois brasseries et mon épouse était directrice adjointe d'un hôtel. Nous avons deux enfants en bas âge. J'ai grandi à Lentilly, mon père était de Châtillon, et la question du retour aux sources s'est posée. Bien que d'origine de Haute-Normandie, mon épouse m'a suivi dans mon choix de prospecter en région lyonnaise. Nous avons eu connaissance de l'offre de reprise du restaurant de Belmont d'Azergues par la CCI, dont le bâtiment est détenu par la Mairie. Le conseil municipal nous a choisi parmi une dizaine de dossiers concurrents », retrace Damien Gauthier, heureux reprenneur de l'établissement fermé en mai 2016 après une liquidation judiciaire. Aujourd'hui, le café restaurant Ô Ptit Plaisir participe pleinement à la vie de la commune, avec une large amplitude d'ouverture, une clientèle renouvelée qui se traduit

par une forte affluence au moment du déjeuner, et une nouvelle offre traiteur de plats à emporter qui satisfait particulièrement les associations et comités d'entreprises. « Après avoir tout remis au goût du jour, fait quelques travaux, proposé des formules attractives, tous les voyants sont au vert. Nous n'avons que des bons retours et la reprise s'avère presque déjà un pari réussi après un quadrimestre d'activité ».

Choisir le Beaujolais comme terre d'entreprise

L'implantation de profils orientés technologies, tels celui de Matthieu Alfano (Motion engineering), Bernard Castillon (Drive2sport), et, dans un autre registre, de Polochon et Cie (voir encadré), sont aussi riches de promesses. Ils révèlent surtout une nouvelle attractivité du territoire, vu, notamment, de la région parisienne. « Auvergne Rhône-Alpes concentre deux tiers de l'activité nationale du cycle ! Le terrain de jeu est ici beaucoup plus cohérent pour Motion engineering, et c'est dans la région lyonnaise que ça devait se passer », confirme ainsi

“ L’implantation de profils orientés technologies, révèle une nouvelle attractivité du territoire ”

Matthieu Alfano, avant de poursuivre « le but ultime de notre création d’entreprise est de faire en sorte que les salariés, dans notre société, se sentent bien. Nous avons déjà réussi une première étape en quittant Paris et en nous installant dans la région. J’étais à 1h30 de mon travail, et je ne mets plus que 10 mn actuellement. Mon épouse originaire du Nord se plaît bien aussi, même si elle réalise beaucoup plus de trajets avec un travail sur Lyon ». Même constat pour Bernard Castillon. Le fondateur du Drive2spot (voir encadré), après s’être beaucoup déplacé dans sa vie professionnelle, a lui aussi choisi le Beaujolais pour entreprendre. « Une partie de notre famille en est originaire, et la région Auvergne Rhône-Alpes a un extraordinaire potentiel pour ses pratiques outdoor, tous sports confondus (marathon, trail, ski, VTT, canoë kayak...). C’était essentiel pour lancer notre site de covoiturage et favoriser la rencontre entre l’offre de chauffeurs volontaires et la demande de sportifs ».



Polochon et Cie lance sa lampe nomade

Les juniors en rêvaient, Manuela Ducloux l’a fait ! Après vingt années d’une carrière menée chez TF1, Carrefour, Renault, la jeune femme, son mari et ses deux enfants ont quitté une vie parisienne trépidante pour s’établir en Beaujolais. « Mon conjoint a repris en 2015 une entreprise en région lyonnaise et tout le monde a suivi », sourit-elle. Passionnée de décoration, Manuela Ducloux a alors donné corps à ses envies en créant la société Polochon et Cie en avril dernier (www.polochon-cie.fr). Meubles relookés, coussins douillets, bracelets et cartons d’invitation colorés ont bientôt pourvu l’offre de l’entreprise. Mais surtout, la dirigeante s’est pleinement consacrée à son projet d’innovation : la conception d’une lampe nomade et design pour les petits explorateurs de la maison. « Je trouvais qu’il existait peu de luminaires adaptés aux enfants de plus de six ans. J’ai donc souhaité mettre au point une lampe sans fil avec batterie intégrée, à mi chemin entre une torche, une veilleuse ou une liseuse, totalement baladeuse. Elle suit donc les jeux, les lectures et les déplacements des enfants en toute sécurité ! ». Pourvu de deux puissances de luminosité, d’un éclairage tamisé ou directionnel, l’objet, doté d’un court manche en bois perforé, se pose ou s’accroche sans difficulté. Manuela Ducloux a pu bénéficier du soutien d’Initiative Beaujolais et de la CCI pour ce projet d’innovation et de design industriel. Elle a mis un point d’honneur à faire intervenir des fournisseurs régionaux. La lampe a été sélectionnée pour la Biennale internationale de design de Saint-Etienne en mars 2017 et Polochon & Cie est référencée et suivie par le Village des Créateurs de Lyon. Après la phase de prototype, une première production de 500 lampes a été réalisée en janvier. Une campagne de crowdfunding a également accompagné le lancement du produit.

Un cadre porteur pour se développer

Tous ces jeunes talents ont trouvé ici un fort soutien, au travers de prêts d'honneur d'Initiative Beaujolais et d'un accompagnement par des parrains, tous chefs d'entreprise du territoire. « C'est très important pour notre développement futur. D'ici quatre ans, nous prévoyons en effet d'employer 10 à 15 personnes », explique Bernard Castillon. Son épouse, également créatrice il y a huit ans d'une marque de scrapbooking, dispose aussi d'une implantation idéale pour mener à bien ses projets. « Lorsque nous bougions tout le temps, il n'était pas facile de mener une véritable stratégie de développement, de nouer des partenariats industriels et de recruter », précisent les jeunes quadragénaires, parents de trois enfants.

La dernière étude Insee publiée en juillet 2015 reflète d'ailleurs ces nouvelles tendances et mutations observées : « Le Beaujolais est un territoire rural à la population dense. L'urbanisation y progresse fortement sous l'influence de la métropole lyonnaise. Son profil démographique rajeunit avec un solde naturel positif. La population se renouvelle avec l'arrivée de cadres et de professions intermédiaires. Les niveaux de revenus sont satisfaisants et le taux d'activité en croissance* ».

Proposer les compétences adaptées aux mutations du territoire

Autant de caractéristiques qui nécessitent des infrastructures, des équipements ou de nouvelles ressources adaptées. Des besoins pleinement pris en compte par les décideurs du territoire. A Limas, le Campus Martelet a ainsi vu le jour à l'initiative de la CCI. Ses locaux de 2 500 m² ont vocation à accueillir des organismes de formation, et abritent déjà deux cursus stratégiques pour accompagner la mutation économique du Beaujolais. En premier lieu, un Diplôme Universitaire de Professionnalisation

“ La population se renouvelle avec l'arrivée de cadres et de professions intermédiaires. ”

(Source : Insee)

(DUP) de l'IUT Jean Moulin Lyon 3, permet à des demandeurs d'emploi Bac+2 de bénéficier de 200 heures de formation et d'une expérience professionnelle au travers d'un stage de six mois en entreprise. Les 15 apprenants ont démarré leur stage en ce mois de janvier auprès d'entreprises locales.

Le second établissement est une école du Groupe WebForce 3, qui propose de former aux métiers de développeur, intégrateur web, afin d'orienter les apprenants vers les activités issues de la révolution numérique. Destinées à tout public et sans nécessité de prérequis, les formations « Techniques de développement web » (305 heures de cours) et « Techniques d'intégration web » (185 heures de cours) sont reconnues par la Commission Nationale de la Certification Professionnelle (CNCP). « Il s'agit de répondre à 20 000 postes actuellement non pourvus dans les métiers du web. Les entreprises ont besoin de ces compétences, et notre formation est pleinement adaptée pour accompagner ces jeunes talents vers un véritable retour à l'emploi. Une première session de 18 personnes très motivées a déjà démarré », explique Alain Assouline, président de WebForce 3. La présence d'une telle formation est bien sûr capitale pour réussir la transformation numérique des entreprises du Beaujolais, tout comme fixer et attirer les sociétés du secteur. Elle s'inscrit désormais comme un dispositif complémentaire à la pépinière d'accueil et de développement des activités liées au e-commerce, E-cité.

Drive2spot fédère les pratiquants de sports outdoor

Avec Drive2spot, Bernard Castillon a souhaité répondre à « un trou dans la raquette ». Ingénieur arts et métiers et ancien directeur de plusieurs sites industriels de grands groupes – il a déménagé 11 fois en 15 ans – il est aussi un passionné de VTT et sports de montagne. Une situation idéale pour se rendre compte de la difficulté des sportifs à se déplacer avec leur matériel, souvent encombrants, sur les « spots » d'événements ou de compétitions. « Les sites de covoiturage traditionnels, conçus surtout pour les déplacements pendulaires ou de tourisme, ne sont pas adaptés au transport de sportifs munis d'un vélo, d'un kayak, ou d'une voile de parapente ! Or il existe 37 millions de Français pratiquants de loisirs outdoor ! Certains d'entre eux se rendent sur le même site, souvent éloigné d'une ville, et ont besoin de réaliser un aller retour. C'est cette niche que nous avons voulu adresser. Nous regroupons des utilisateurs qui se comprennent et forment déjà une communauté ». Bernard a choisi le Beaujolais pour développer son projet, au sein d'une région privilégiée pour les pratiques sportives et à mi chemin entre deux massifs richement pourvus en stations de montagne. « Lancé en juin dernier, notre site compte un nombre d'utilisateurs qui évolue tous les jours. Nous avons aussi déjà 11 grandes stations partenaires pour lesquelles nous favorisons l'accès des skieurs. Elles sont très intéressées car notre site participe à leur politique de développement durable ». Drive2spot affiche des résultats ambitieux : atteindre 150 000 utilisateurs à court terme, et réaliser une levée de fond pour déployer ce service dans les pays à proximité, avec des versions italiennes, anglaises, allemandes, espagnoles. « Car dans les stations de ski, toutes les nationalités sont présentes », explique Bernard Castillon.



Favoriser l'implantation de nouvelles entreprises

Le déploiement de zones d'activités adaptées aux exigences les plus poussées et de rang international – qualité de l'environnement et du cadre de vie, espaces paysagers soignés, apports de services... - a également été priorisé en Beaujolais. C'est tout l'enjeu de Lybertec, un parc de 175 hectares, dont 100 commercialisables, situé sur les communes de Belleville, Saint-Georges de Reneins et Charentay, aménagé par les collectivités territoriales en partenariat avec la CCI. L'accueil adapté des PME et TPE locales n'est pas non plus ou-

blié, avec la requalification de la zone industrielle d'Arnas (50 ha), le parc d'activités Viadorée (16 ha) sur les communes de Pommiers et Anse, l'extension de la zone d'activités de Corcelles-en-Beaujolais dont la première implantation verra le jour cette année. Ces nouvelles infrastructures offrent des opportunités intéressantes pour qui souhaite s'implanter dans une région dynamique et un territoire attractif. Cela a par exemple été le cas pour le groupe Isoweck, le numéro un français de l'isolation des combles par soufflage, dont le siège est implanté dans le sud-ouest de la France, à Marmande.

Fondée dans les années 80 et d'abord locale, l'entreprise a progressivement élargi son rayon d'action à l'ensemble de l'Aquitaine, puis Midi-Pyrénées, le Grand ouest, le Nord, le Centre et l'Île-de-France, avant de choisir une localisation en Beaujolais, en 2012 pour atteindre les régions Rhône-Alpes et Bourgogne. Elle s'est installée depuis cet été dans la nouvelle zone d'activités de La Chartonnière, à Arnas, aménagée par la CCI. « Nous sommes très satisfaits de cette implantation. Nous n'avons pas tardé à nous faire référencer par une centaine de constructeurs de maisons individuelles et de maîtres



Muriel Prein Clément et Mickaël Delporte, responsables de dépôt du site d'Isoweck, à Arnas.

Isoweck bâtit sur du solide depuis le Beaujolais

À l'issue des premiers chocs pétroliers de 1974 et 1979, Gilbert Weck et son père Michel fondent dans les années 80 la société Isoweck à Marmande. Sa spécialité : l'isolation des combles perdus par soufflage, essentielle pour réaliser jusqu'à 30% d'économie d'énergie et de gains sur une facture de chauffage. Plus de quarante ans plus tard, l'offre de la société du Lot-et-Garonne est plus que jamais pertinente ! Elle est devenue spécialiste et leader français dans son secteur, en adressant à la fois le marché des maisons individuelles, des promoteurs, et des bailleurs sociaux (80% du chiffre d'affaires) et les professionnels pour l'isolation de plus grandes surfaces (20% de l'activité). Sa croissance s'effectue via ses différentes implantations régionales, dont la dernière a été réalisée dans le Beaujolais, en 2012. Mais pour faire face à la demande, le groupe (130 salariés ; CA 2016 : 30 M€ ; CA prévisionnel 2017 : 35 M€), maintenant co-dirigé par la troisième génération, a aussi mis en place un concept de franchises. En trois ans, un réseau de 40 franchisés s'est ainsi constitué pour quadriller la France et répondre à la demande des particuliers, au plus près des territoires. En plus du site d'Arnas employant 16 personnes, géré en direct et intervenant majoritairement auprès des professionnels, la société compte en local deux franchisés, l'un à Villefranche-sur-Saône, le second à Brignais. D'autres devraient suivre. Jamais en retard d'une innovation, Isoweck a créé en 2016 Isolation solidaire, soit une offre d'isolation des combles à 1 euro disponible pour des ménages éligibles, en précarité énergétique, financée grâce au dispositif des certificats d'économies d'énergie (CEE). La société s'engage sur une prestation aussi qualitative que les autres interventions, puisqu'elle est assurée par les mêmes professionnels, salariés d'Isoweck ou franchisés.

d'œuvre sur cette zone géographique. Aujourd'hui, notre site emploie 16 personnes, dont 12 techniciens présents sur le terrain et nous avons besoin de locaux plus adaptés à notre croissance », retrace Christophe Isoweck, troisième génération du groupe familial. Le site d'Arnas emploie aujourd'hui plus de 10% de l'effectif du groupe (130 personnes au total sur la France). Quant au centre de congrès, salons et événements ParcExpo, initié et géré par

la CCI, il accueille les manifestations des grandes entreprises nationales et internationales, comme des sociétés du territoire, et le désormais traditionnel Salon de l'Entreprise, vitrine économique du Beaujolais. Toutes les pièces du puzzle et cette mosaïque d'atouts, d'initiatives fortes adoptées par les acteurs locaux, s'assemblent pour faire du Beaujolais une terre de conquête et de renouveau économique !

Acemma veut prospérer en Beaujolais

Guillaume Sibellas a repris en août 2016 la société Acemma, spécialiste du pesage, de l'ensachage et de la palettisation. Initialement basée aux Avenières en Isère, la société est depuis décembre dernier installée en Beaujolais.

Ancien directeur commercial et marketing d'une filiale du groupe Solvay, Guillaume Sibellas a toujours eu à cœur, lors de son parcours industriel, de créer ou reprendre une société. Au terme de deux années de prospection, il a trouvé exactement ce qu'il recherchait en découvrant Acemma (CA : environ 1 M€). « L'entreprise est positionnée sur des produits de niche : en premier lieu, le négoce exclusif et la maintenance de machines couseuses portatives, que se procurent tous les professionnels qui ont besoin de fermer des sacs (semences, produits alimentaires, aliments pour bétail, bois...) ; puis la fabrication de machines spéciales, que nous concevons et adaptons pour qu'elles s'insèrent dans des lignes industrielles et des environnements spécifiques ». Aucune offre standard, donc ! « Nous sommes même capables de fournir une ligne complète, sur mesure, du pesage et de l'ensachage à la palettisation, jusqu'au banderolage automatique des palettes. Nous nous imposons comme un interlocuteur unique, ce qui évite aux entreprises de passer par au moins deux ou trois fournisseurs différents, et gérons la responsabilité de nos installations ». Autre avantage clé : la société basée en Isère disposait de locaux devenus exigus, entraves à son



Guillaume Sibellas investit à Saint-Georges-de-Reneins

développement. « Grenoblois d'origine, et après 15 années passées dans le Nord de la France, je suis revenu en région Rhône-Alpes. Je souhaitais implanter l'entreprise à proximité de chez moi dans le Rhône. J'ai pu trouver avec l'appui de la CCI des locaux adéquats à Saint-Georges-de-Reneins ». Ici, Acemma dispose donc de 300 m², dont 200 m² d'atelier (contre 70 m² précédemment) et 80 m² de bureaux. Une superficie propice pour envisager l'avenir ! Car le jeune repreneur, professionnel du commerce et du marketing international, est convaincu du

potentiel d'Acemma, à l'export notamment. « L'équipe précédente ne souhaitait pas explorer le marché international. En réactivant les anciens clients, puis en démarchant d'abord en France, puis à l'export, nous devrions rapidement croître ». Pour cela, Guillaume Sibellas intègre déjà une personne en alternance à la fonction commerciale. Il axera ensuite sa stratégie et ses recrutements sur le SAV, la maintenance, le conseil et la réactivité du service, pour apporter des solutions globales appréciées par les clients PME comme par les grands groupes. ■

Question à Gabrielle Motte, présidente du service de Santé au Travail Villefranche et Beaujolais (STVB)

La loi Travail du 8 août et le décret du 27 décembre 2016 ont apporté de profondes modifications au fonctionnement de la médecine du travail. Quelles en sont les grandes lignes ?

La nouvelle législation tend à renforcer le conseil et la prévention auprès des employeurs et des salariés, tout en ajustant la surveillance en fonction des risques auxquels ils sont exposés.

La loi confirme ainsi que tous les salariés sont pris en charge par un professionnel de santé à l'embauche. Lorsqu'il existe des risques particuliers (définis par décret), la visite est assurée par un médecin avec délivrance d'un avis d'aptitude. Dans tous les autres cas, elle donne lieu à une visite d'information et de prévention assurée par un infirmier avec délivrance d'une attestation.

La périodicité de suivi des visites s'établit à deux ans au maximum en cas de risques particuliers, et à cinq ans dans les autres cas. Pour les moins de 18 ans, travailleurs de nuit ou travailleurs handicapés, la limite est fixée à trois ans. Par ailleurs, un salarié peut à tout moment bénéficier d'une visite à sa demande, à celle de l'employeur sur demande motivée ou du médecin du travail.

Des actions d'information et de sensibilisation aux risques professionnels seront aussi mises en place pour renforcer la prévention des risques. Toutes nos équipes sont mobilisées pour mettre en œuvre les changements introduits par la loi et le décret, et nous restons à la disposition des entreprises pour toute aide et conseil dans leurs missions de prévention de la santé au travail.

Une reprise de **Tête** prometteuse

L'entreprise de menuiserie métallique et serrurerie à Juliéna s'est rachetée en août dernier.

Les nouveaux dirigeants projettent de développer l'activité sur ses points forts : les ouvrages spécifiques et les réalisations sur-mesure.

Marc Penide et sa compagne Régine Le Seven recherchaient depuis 2014 une société à reprendre dans la région lyonnaise. En tant qu'ancien directeur d'un site de distribution de matériel professionnel et assistante de direction d'une entreprise de menuiserie, ils souhaitaient tous deux entreprendre en commun en rachetant si possible une société du second œuvre du bâtiment. C'est à l'issue du troisième projet étudié que le rachat de l'entreprise de menuiserie métallique, à Juliéna, a pu se réaliser. « Nous avons été séduits par la notoriété et la très bonne image de la société que monsieur et madame Tête ont fondé en 1987. Elle bénéficie d'un excellent savoir-faire dans tous les types de menuiserie industrielle et elle est pleinement reconnue pour la qualité de ses prestations », explique Marc Penide. Les fondateurs, à l'heure de leur départ à la retraite, désiraient eux-mêmes trouver des repreneurs selon leurs vœux, capables de pérenniser l'activité. Ils ont accompagné jusqu'à la fin de l'année 2016 le couple de dirigeants.

Une technicité reconnue

La société Tête emploie actuellement 12 personnes, dont un dessinateur industriel, des compagnons, deux apprentis et deux assistantes administratives. Elle est spécialisée dans les travaux de charpente métallique, les menuiseries aluminium et acier, la serrurerie et tout ouvrage de métallerie tels que garde-corps, escaliers, balcons, passerelles... « Nous sommes le spécialiste du mouton à cinq pattes, surtout lorsque les chantiers font intervenir des solutions multiples et sur-mesure,



Marc Penide compte développer de nouveaux projets pour la société

comme sur une rénovation de bâtiment ou de gymnase par exemple. L'entreprise est ainsi régulièrement sollicitée par les collectivités territoriales, les établissements hospitaliers sur appel d'offres ou des EPAD de la région. Nous intervenons également à hauteur de 20% du chiffre d'affaires auprès des particuliers sur des projets spécifiques (portails, grille de puits etc.) », poursuit le dirigeant. Il prévoit de faire croître cette part, grâce notamment à la mise en place d'un site Internet et d'actions de communication, comme la flotte de véhicules floquée aux couleurs de l'entreprise. Il mise aussi sur les nécessaires travaux de mise en accessibilité des établissements recevant du public (ERP). « Chaque mairie y est confrontée. Nous disposons de tous les outils – dont 1500 m² de machines et locaux industriels – et de tous les savoir-faire en termes de pose pour répondre aux demandes les plus diverses sur ce marché ».

Le rayon d'action de la société s'étend actuellement en Beaujolais, Sud Mâconnais, Val de Saône et en périphérie de Lyon. Actuellement, les nouveaux dirigeants accompagnés par Initiative Beaujolais s'investissent dans la mise place de logiciels de gestion, de planning et la réorganisation des méthodes de travail. « Nous voulons passer d'une tradition orale à une culture écrite, ce qui passe par l'informatisation de certains postes de travail. Nous nous devons d'accroître l'efficacité pour renforcer la productivité, ce qui permettra de faire grandir l'entreprise, mais modestement, peut-être jusqu'à 15 personnes », anticipe Marc Penide. Grâce à Initiative Beaujolais, le couple qui a investi à parts égales dans la société, bénéficie du parrainage d'un industriel du territoire. ■

Un instant pour soi s'offre à vous

Installée depuis 2014 au 14, rue de la République à Belleville, la Maison Spa et Beauté, tenue par Amandine Laurent, élève sans cesse son niveau de prestations et d'exigence. Elle recèle encore de nombreux projets pour ses clients...

Voilà presque dix années qu'Amandine Laurent, après plusieurs expériences en institut et centres d'amincissement à Lyon, est revenue créer sa propre activité à Belleville. Son équipe s'est progressivement étoffée à trois personnes, jusqu'au jour où, en 2014, Amandine découvre le lieu de ses rêves pour accueillir ses clientes : une maison de caractère, où, passée la porte, tout vous invite au ressourcement et au lâcher prise. De l'espace thé, à l'escalier ancien en bois qui mène aux cabines intimistes, capitonnées et raffinées, jusqu'aux douches parfumées et, rare en centre ville, aux spa et hammam spécialement aménagés sous une verrière dans la cour intérieure, l'institut a été conçu avec un grand sens du détail – couleurs, étoffes, décoration... - et du confort. « De nos jours, il est rare d'avoir du temps pour soi. À nous de donner le meilleur pour qu'il se transforme en moments privilégiés », annonce Amandine. Et le meilleur est au rendez-vous, avec des soins du visage et du corps qui ont fait toute la réputation de l'établissement, bien au-delà du Beaujolais. Cette recherche de perfection et d'exigence s'est d'ailleurs trouvée récompensée en novembre 2016 par deux titres nationaux, ceux de meilleur spa urbain et du meilleur institut, décernés pendant la cérémonie des Beauty Forum Awards (39 établissements en compétition). « Les spas et instituts les plus réputés de Paris et de province étaient présents, ce qui était très intimidant, mais d'autant plus méritoire pour toute notre équipe », souligne, émue, Amandine Laurent.



Un espace haut-de-gamme au cœur de Belleville, créé par Amandine Laurent

Passion et technicité

Ce sont ainsi des années de formation, de précision du geste, d'écoute et de prise en compte des nouvelles attentes de la clientèle, dans un esprit de bienveillance et d'authenticité, qui ont été reconnus. « Nos techniques de massage et modelage, de rituels de soins visage et corps développés avec savoir-faire par les équipes, suscitent bien-être, détente, et relaxation en reconnectant nos clients avec leur corps, avec eux-mêmes », poursuit la dirigeante. Le spa lové dans la cour intérieure a permis de proposer une nouvelle gamme de services autour des soins du corps et des soins amincissants grâce à la nage à contre-courant coatchée, dans une eau chauffée à 34° contrôlée par l'ARS (Agence Régionale de Santé). Une collaboratrice diététicienne vient dans ce domaine prodiguer des conseils personnalisés. « Notre souci de mettre en place de vrais protocoles adaptés à chacun et de parfaire nos pratiques par des formations ont accompagné notre installation dans la Maison. En ce sens, notre établissement se veut la rencontre du High tech et du High touch. Cette montée en gamme répond aux besoins d'une clientèle de plus

en plus exigeante et en recherche de lieux et prestations d'exception. La dimension conseil, détente et le sur-mesure sont de plus en plus prisés », analyse Amandine Laurent. En témoignent aussi les demandes croissantes de privatisation des espaces, pour des groupes d'amies, en duo, en famille, ou même à partir d'une seule personne, sur une demi-journée. Ces investissements se sont révélés pertinents, puisque après six mois d'activité la Maison atteignait son seuil de rentabilité, et que le chiffre d'affaires a doublé en deux ans, avec désormais six collaboratrices salariées.

Aujourd'hui, la dirigeante nourrit de nouveaux projets : après son coffret cadeau, elle se consacre à l'aménagement de plusieurs espaces afin de recevoir deux appareils d'amincissement et d'épilation. Elle est également consultée pour le lancement d'un protocole de massage dédié au laboratoire de cosmétique français des sœurs Maud et Julie Exertier à Courchevel. Et puis, à terme, elle souhaite encore créer une infusion et une signature olfactive singulière, pour un parfum digne de la Maison... ■

La Table de Maxime, cuisine de terroir et bistronomique

Pour une première adresse en tant que chef indépendant, Maxime Bordet a choisi de s'établir au 88, rue des Chantiers du Beaujolais à Limas, au cœur d'une zone d'activités dynamique. L'adresse est bonne et le jeune couple s'y taille déjà une belle réputation !

Natif des Monts du Lyonnais, Maxime Bordet a suivi l'école hôtelière de Montbrison, « le pays de la fourme », avant d'aborder des rivages plus exotiques. Il a ainsi fait ses classes dans des restaurants étoilés, en saison (montagne l'hiver, bord de mer l'été). Il a réalisé une étape de deux ans à Saint-Tropez, puis de trois ans à Honfleur, en tant que second d'un ancien chef du célèbre Alain Ducasse, puis à La Pyramide à Vienne. « J'ai ici appris à travailler les bons produits comme la langouste, la volaille de Bresse... ». Des gammes essentielles à une partition qui se veut aujourd'hui plus simple, même si la carte ne néglige aucune des valeurs sûres telles que cette compression de foie gras de canard mi-cuit et magret fumet, accompagné de son pain de campagne toasté – un must – d'un lièvre à la royale, ou de cet omble chevalier cuit à l'unilatéral (et à la perfection !), côtes de blettes et polenta croustillante à l'huile de noisette. Une dernière solide expérience en tant que chef de cuisine au Domaine de Clairefontaine, près de Vienne, et Maxime et son épouse Chrystèle, bretonne d'origine et titulaire d'un BTS tourisme, se sont mis en quête d'un établissement à reprendre. « J'ai beaucoup travaillé avec la CCI dans la recherche d'un restaurant. Je voulais m'établir dans le centre ville, mais si les salles étaient jolies, les cuisines n'étaient pas toujours à mon goût. Ici, j'ai de l'espace, tout a été conçu de façon récente et est donc parfaitement aux normes. La salle de 40 couverts est fonctionnelle et elle respecte les règles des établissements



Dans son navire amiral, le chef Maxime Bordet ravit les passagers.

recevant du public en termes d'accessibilité. Aux beaux jours, nous disposons d'une terrasse très appréciée ». Le couple aux solides savoir-faire et professionnalisme a été appuyé dans son projet par Initiative Beaujolais, dont le prêt d'honneur s'est révélé précieux pour l'obtention d'un prêt bancaire.

Privilégier l'approvisionnement local

Depuis la réouverture le 25 août 2015, l'établissement a ainsi pris un bon rythme de croisière. « Nous avons beaucoup de clients qui viennent presque tous les midis parmi les entreprises des environs, relève ainsi Maxime Bordet. Je propose une formule entrée, plat, dessert cuisinée à partir de produits frais qui change chaque jour, avec la possibilité de la faire varier par les suggestions du moment ». C'est évidemment ce qui fonctionne le mieux à midi. Le soir et le samedi midi, le chef révèle tout son talent avec ses menus Martelet à 29 euros les quatre plats (fromage et dessert) et Tentation à 39 euros. Où l'on retrouve un filet de daurade à la grenobloise et sa mosaïque de légumes des bords de Saône, ou bien cet appétissant magret de canard rôti, les cuisses confites en tourte feuilletée et bouquet maraîcher ! « Nos produits sont locaux, dans

la mesure du possible et les viandes exclusivement françaises. Je me fournis au marché couvert de Villefranche pour les fruits et légumes où il m'arrive de croiser mes clients. Le pain a été conçu selon nos demandes par la boulangerie Segard à Limas, et nos fromages viennent de la maison Blanc. Même notre safran est cultivé en Beaujolais ! Je travaille également avec un caviste, le Promenoir des Vins, pour fournir à chaque changement de menu une proposition d'accord mets/vins toujours renouvelée ». Fidèle aux valeurs et produits du territoire, Maxime et Chrystèle se sont rapidement attirés la sympathie, doublée d'une vraie considération, des entrepreneurs locaux, des clients du quartier comme des conscrits et des membres d'Initiative Beaujolais. Une intégration gourmande en Calade parfaitement réussie !

La Table de Maxime
88, rue des Chantiers du Beaujolais
à Limas
Tél. : 04 74 07 89 30
Ouverture tous les jours
sauf le dimanche,
et les soirs du mercredi au samedi
www.latabledemaxime.com ■

Le dossier des CCI Auvergne-Rhône-Alpes

Circuits courts et made in France : des paris devenus gagnants

Les circuits courts et la production "made in France" font leur grand retour ! Pourquoi un tel engouement ? Quels acteurs économiques illustrent en Auvergne-Rhône-Alpes ces nouvelles tendances ? Quels sont ces exemples de pratiques ? Voyage parmi des initiatives régionales pionnières...

S'agit-il d'un épiphénomène, ou bien d'un vrai retournement de tendance ? En 2016, le commerce mondial ne progresserait que de 1,7 %, soit un niveau inférieur à la croissance du PIB international (2,2 %). Entre 1995 et 2014, la part des exportations et importations de marchandises et de services dans le PIB mondial n'a cessé de croître, passant de 20 % à 30 %. Corollaires de cette évolution : une croissance économique formidable pour certains pays (BRIC, Corée, Thaïlande...), un allongement et une interpénétration toujours plus poussée des réseaux de production et des chaînes de valeur. Le coup de frein donné en 2016 à cette dynamique serait dû à plusieurs causes : d'une part, le ralentissement des échanges dans les économies en développement et aux États-Unis ; d'autre part, "une hostilité croissante à l'égard de la mondialisation" relevée par le directeur général de l'OMC (Organisation mondiale du commerce), et relayée actuellement par de puissants courants politiques.

L'affirmation d'autres modèles économiques possibles

De nouveaux acteurs économiques émergent pour présenter une alternative à ce modèle de production et d'échanges : "Pendant des décennies, la France s'est industrialisée, ce qui a permis création de richesses, de revenus, et



Thomas Huriez, fondateur de la ligne 1083, défend le "made in France".

distribution de pouvoir d'achat. Puis des pans entiers de la production sont partis ailleurs. Ce qui a changé entre-temps, c'est le nombre des intermédiaires, qui, au final, contribue à diminuer la marge des producteurs et rend toute fabrication française trop coûteuse, voire impossible. En réduisant ce nombre, ou même en s'adressant directement au consommateur, le made in France redevient possible", observe ainsi Thomas Huriez, fondateur de la marque textile 1083 dans la Drôme. Ces analyses semblent désormais bien comprises par les Français, qui plébiscitent à la fois circuits courts et signes extérieurs de fabrication hexagonale. Un phénomène qui intéresse aussi naturellement les CCI, attentives à soutenir les dynamiques de proximité sur leur territoire. Des approches qui concrétisent enfin le message de Muhammad Yunus, prix Nobel de la Paix 2006, largement diffusé le 12 octobre à Grenoble École de Management lors du World forum for a

responsible economy : "Devenez des entrepreneurs, et construisez un monde durable et responsable."

La production française retrouve des couleurs auprès du public

- **61 %** des Français se déclarent prêts à payer plus cher les produits manufacturés d'origine française (+22 points entre 1997 et 2014).
- **Une personne sur deux** privilégie les produits fabriqués en France, surtout pour les produits alimentaires et l'automobile.

Source : Étude Credoc pour la DGE, 2014.



Les réseaux de proximité ont la cote !

À l'aune de plusieurs affaires dans l'agroalimentaire et des impacts de la crise agricole, les consommateurs sont en attente d'informations et de transparence sur les produits et leurs conditions de fabrication. Une demande de réassurance qui bénéficie pleinement aux réseaux de production et de distribution en proximité.

Pour leur alimentation, les Français font de plus en plus appel aux réseaux de vente directe. L'attention portée à l'origine et la provenance des produits est élevée, de même, et c'est nouveau, que l'intérêt pour des produits alimentaires peu transformés. "De nos jours, les attentes des consommateurs se résument en 'manger mieux', recouvrant des attentes multiples : la quête du plaisir, l'importance du partage et de la convivialité, la recherche de naturalité, de simplicité et de produits sains et bons, et la sensibilité environnementale", notait TNS Sofres en 2014 à l'occasion du Salon international de l'alimen-

tation (Sial). Cet engouement a donné lieu à de nouveaux modes de consommation, l'essor des Amap et magasins de vente directe de produits fermiers, et à l'apparition d'un nouveau mot dans le dictionnaire, le locavore !

Mettre en relation producteurs et restaurateurs

Avant même que la tendance ne ressorte pleinement dans les études de consommation, la CCI de la Drôme a mis en place dès 2004 une initiative originale, appelée "réseau Promenade gourmande". Elle consistait à inciter les restaurateurs du département à travailler les produits drômois et à s'approvisionner chez des producteurs locaux, pour faire valoir leur différence auprès du public. Depuis, des chefs n'ont pas hésité à s'appuyer sur ces produits pour monter en gamme, acquérir la reconnaissance des guides gastronomiques, ou obtenir le titre de Maître restaurateur. Animé par la CCI, le réseau contribue à des rencontres entre les producteurs et les chefs. Des produits ont ainsi pu gagner en notoriété, comme l'ail blanc, le pintadeau, l'olive noire de Nyons, le petit épeautre de Haute-Provence, aux côtés des best-sellers comme la raviole, la truffe ou la clairette de Die. Composé de 25 restaurateurs à l'origine, le réseau en comprend aujourd'hui 40. De même, la CCI met en avant depuis 2005 les marchés locaux pour valoriser l'offre de proximité et dynamiser les circuits courts. "Nous avons beaucoup agi pour instaurer des synergies plus fortes entre producteurs et revendeurs qui défendent des intérêts communs", commente la CCI. Par ailleurs, en Haute-Savoie, la CCI est engagée avec la Chambre de métiers et de l'artisanat et la Chambre d'agriculture dans la création d'une plate-forme de distribution de produits locaux. Partout en région Auvergne-Rhône-Alpes, les produits ne manquent pas pour valoriser les marchés, ainsi que la table des chefs ou des consommateurs : bleu de Sassenage ou Fourme d'Ambert, verveine du Velay et lentilles vertes du Puy, volailles de Bresse, viande de Salers ou charolaise, poissons des lacs, accompagnés, bien sûr, des vins de tous les terroirs.



Clic'N Croc, le goût et la saveur des circuits courts

Clic'N Croc, c'est 350 références de produits frais issus de Savoie, Haute-Savoie et Isère, 2 300 clients dans cette zone de chalandise, et près de 90 commerces partenaires pour la livraison des paniers. "80 % des fruits et légumes de saison poussent localement, qui représentent 5 tonnes de marchandises chaque mois. Des produits complémentaires comme les melons, pêches, kiwis et courgettes sont fournis par une coopérative de la Drôme. Avec 250 commandes chaque semaine et un panier moyen autour de 30 euros, nous répondons à une vraie demande", constatent Jolène et Damien de Laporte, fondateurs du concept en avril 2014. La vraie innovation est de s'appuyer sur des commerces de bouche partenaires comme points de livraison. Clic'N Croc fournit les paniers de fruits et légumes, confitures, miels, fromages ou produits laitiers, les clients peuvent terminer leurs courses chez le commerçant (boulangerie, boucherie...), et le tour est joué ! "Le goût et la variété sont au rendez-vous, nos clients ne sont pas déçus et apprécient le service livré !" Deux salariés complètent déjà l'équipe pour la préparation des commandes. Les dirigeants anticipent 20 % de croissance en 2017, après 40 % en 2016.

Des actions collectives en faveur des circuits courts

La crise de la production agricole a également incité les territoires à passer à l'action. En Isère, c'est un pôle agroalimentaire qui a vu le jour à

Le Restique milite pour les producteurs

Le chef Thierry Mabilon est un homme de convictions. Partisan d'une cuisine simple basée sur des produits de qualité, il n'a jamais hésité à mettre en avant les producteurs. À telle enseigne qu'il a créé un concept d'épicerie fine dès l'ouverture de son restaurant il y a 35 ans rue Boson, en centre-ville de Vienne (effectif : 5 personnes). De même, il a parié dès les années quatre-vingt sur le bio, la fabrication artisanale, et les cours de cuisine pour sensibiliser au "mieux manger". Aujourd'hui, il intervient dans des conférences pour valoriser les filières agricoles. "Les difficultés des producteurs me révoltent. Mon fournisseur de rigotte bio du Pilat par exemple, dont les chèvres vivent en plein air avec une production sous AOC, ne parvient pas à pérenniser son activité. Mon slogan est "consommons avec bon sens pour le mieux vivre de tous", et acceptons de payer le vrai prix des produits. Si nous mangions mieux, mais en quantité raisonnable et sans gaspiller, tous les problèmes de prix seraient réglés." Aussi Thierry Mabilon a-t-il soutenu l'opération "Mon achat crée mon emploi" lancée par la CCI Nord-Isère. "Elle s'inscrit en cohérence avec les valeurs que je défends."

NORD-ISÈRE



© P. Rony

l'instigation du Département, où acteurs publics et privés s'emploient à rapprocher l'amont et l'aval de la filière. "Nous ressentons clairement l'appétence des consommateurs pour les produits bio et régionaux, explique Jocelyn Anus, directeur du supermarché Carrefour à Saint-Egrève (Isère). Dès que nous identifions la provenance locale des fruits, des légumes, des fromages,

80 % des consommateurs achètent des produits alimentaires locaux, et 69 % déclarent en acheter "plus qu'avant" (Étude Ipsos 2014).

cela se traduit par un plus sur les ventes. Nous souhaiterions aussi nous approvisionner localement pour la viande, mais c'est plus complexe, car nous avons à la fois besoin de volumes et de

régularité. Le pôle agroalimentaire devrait permettre de mutualiser et organiser l'offre. Nous sommes demandeurs !", ajoute le directeur. Le groupe Carrefour s'est par ailleurs distingué en lançant une brique de lait assurant une rémunération de 39 centimes le litre au producteur.

Sensibiliser aux impacts de l'acte d'achat

D'autres opérations collectives mises en place par les CCI comme Achatville, ou À deux pas : mon commerçant, visent aussi à valoriser et soutenir le commerce de proximité. Mais en termes de sensibilisation du public à l'échelle d'un bassin de vie, les actions "Mon achat crée mon emploi", initiée en 2012, et "Mon entreprise crée de la valeur ajoutée", lancée en 2014 par la CCI Nord-Isère, s'affirment comme les plus transversales. Le message est clair : plus la valeur économique est produite localement, plus le territoire est fort, compétitif et dynamique, grâce à la création d'emploi générée. Des lois de proximité évidentes, mais qui font désormais sens dans l'esprit des consommateurs. ■



© JM Peyra

CANTAL

Moncantal.com, quand tu nous tiens !

L'ambition est posée : constituer un mini Amazon pour les inconditionnels du Cantal ! L'aventure a commencé à l'initiative de quatre passionnés, dont deux dirigeants d'entreprise et deux salariés, qui ont saisi l'opportunité de créer un site d'e-commerce lorsqu'un verrou essentiel a été levé : le respect de la chaîne du froid en transport express grâce au service élaboré en 2015 par une filiale de Chronopost. "Livrer la communauté des Auvergnats partout en France devenait possible", sourit Nicolas Joanny, l'un des fondateurs. Une offre de 300 produits, dont truffades préparées par les meilleurs traiteurs d'Aurillac, fromages du cru, viande de la Maison Joffrois, boucher de père en fils depuis 1890, et plus original, couteaux, parapluies, sans oublier des tee-shirts et ce fameux cochonnet en bois agréé par la fédération française de pétanque, figurent à la vente. "Nous sommes tous amoureux du Cantal et heureux d'aider de bons producteurs à exporter leurs produits." Quatre mois après le démarrage, le site enregistre déjà plus d'une dizaine de commandes par semaine. "Nous démontrons que le Cantal a une vraie belle image en France, de Paris à Marseille, et même sur la Côte d'Azur."



Le made in France devient tendance !

Certifié au travers du label Origine France Garantie ou d'autres démarches d'indication de provenance, le made in France fait une percée remarquable auprès de dirigeants militants et de consommateurs exigeants. Illustration en région !

Le Salon du made in France, qui se déroule chaque année en novembre à Paris, rassemble un nombre croissant d'exposants et de visiteurs. C'est même ici que des filières se tissent, comme lorsque Thomas Huriez, créateur de la marque de jeans et chaussures 1083 dans la Drôme, rencontre Emmanuel Sieger, fondateur d'une ligne de polos et chaussettes en Alsace. Une collaboration ne pouvait manquer de se nouer entre ces deux dirigeants investis ! En 2016, l'événement a accueilli 450 exposants et 55 000 visiteurs (80 entreprises et 15 000 participants lors de la première édition en 2012). Parmi eux, un nombre significatif d'entreprises venues d'Auvergne-Rhône-Alpes, dont une délégation de 11 sociétés de Haute-Loire, à l'instigation de la CCI, avec le soutien du comité d'expansion et de la Région. "Nous avons parfois un peu de mal à recruter des entreprises sur certaines actions. Mais cette fois-ci, des dirigeants se sont montrés immédiatement intéressés par ce salon à forte visibilité auprès du grand public et des médias !", relève la CCI. Des accessoires de mode aux meubles intemporels, des cosmétiques bio aux confitures et pâtes à tartiner gourmandes, des savoir-faire atiligiériens ont ainsi pu se faire connaître, recueillir des commandes et obtenir pour certains de belles retombées dans la presse.

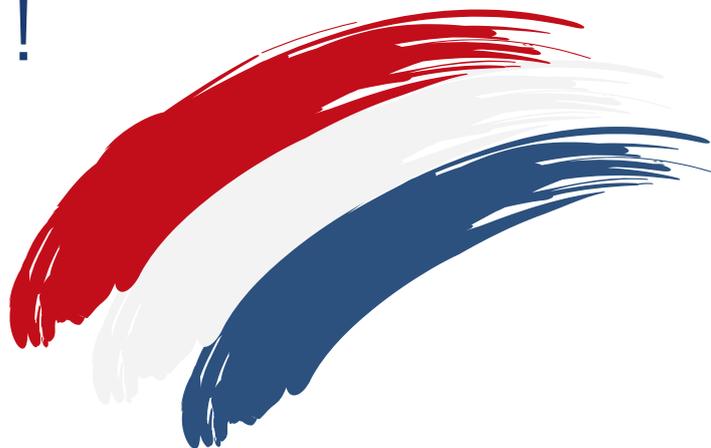
Une origine française des produits désormais identifiée

Cette affluence signe-t-elle une tendance éphémère, ou un vrai retour aux sources ? Selon les deux organisations qui labellisent les fabrications françaises, dans des registres bien différents, l'accé-

lération des signes extérieurs du made in France est flagrante. Instauré en 2010, le label Origine France Garantie est attribué lorsqu'il est attesté que 50 % à 100 % du prix de revient unitaire d'un produit est français, et qu'il acquiert

ses caractéristiques essentielles en France. Des critères qui ne pardonnent pas et n'ont pas manqué de susciter le débat, lorsque les Toyota Yaris, produites à Valenciennes, l'ont obtenu, mais pas certains modèles de Renault. Plus de 500 entreprises ont aujourd'hui accompli la démarche de certification (400 en janvier 2015). Parmi elles, Mobilis, une entreprise d'Annecy qui fabrique des coques de protection pour les terminaux mobiles. Ses dirigeants ressentent bien l'intérêt porté au made in France, même s'ils déplorent qu'au-

Ils ne prétendent pas réindustrialiser l'Hexagone. Mais ils donnent un vrai "coup de jeune" au made in France



cun critère dans les appels d'offres ne permette de reconnaître la création d'emplois et de richesses réalisés sur le territoire national.

La labellisation Entreprise du patrimoine vivant est attribuée aux sociétés françaises qui se distinguent par des savoir-faire artisanaux ou industriels d'excellence. Celles-ci aussi s'engagent à maintenir leur activité de production en France, et à promouvoir "l'identité à la française". À l'occasion des dix ans du label, en octobre 2016, 1 300 entreprises étaient mises en avant, un chiffre en forte progression (800 sociétés en 2010).

Le plébiscite du public

Bien loin de l'affirmation d'un patriotisme cocardier, ces démarches témoignent de transformations à l'œuvre bien plus profondes dans la population française. Car la perception de la qualité des produits français est en nette amélioration chez toutes les classes d'âge. Selon le Credoc, une personne sur deux déclare dorénavant privilégier les produits fabriqués en France pour les achats de produits industriels. On apprend aussi qu'en 2016, la population ferait du "fabriqué en France" son premier critère d'achat (à 75 %), à égalité désormais avec les garanties de qualité, d'hygiène et de sécurité qui étaient auparavant citées en priorité ! Des déclarations que recoupe le succès de certaines opérations de crowdfunding (financement participatif) autour de concepts made in France, tels que les chaussures Verkor, entièrement conçues et fabriquées en France. Et c'est cette fois bien de porte-monnaie qu'il s'agit. Les banquiers et financiers ne s'y trompent pas, qui observent et soutiennent désormais activement ces petites marques qui montent et font leurs preuves auprès du public. ■



© J. Delmarly

1083 veut “relookaliser” jeans et chaussures en France

Puisque le jean est le vêtement symbole de la mondialisation, de la pollution aussi parfois, c'est sur lui que Thomas Huriez a jeté son dévolu pour réaliser son premier produit made in France. Il l'a baptisé 1083, soit la distance qui sépare Menton de Porspoder, à la pointe du Finistère. Contrairement à ses homologues, le jean 1083 utilise du coton biologique. Il est teint, tissé et confectionné en France. “Nous avons fait preuve de beaucoup de pédagogie autour de nos atouts, mais notre jean se doit aussi de faire de jolies fesses”, ajoute, pince-sans-rire, le jeune dirigeant. Originaire du territoire, Thomas s'est installé à Romans-sur-Isère, où il souhaite réactiver l'industrie de la confection et de la chaussure via une gamme écoconçue. Aujourd'hui, la société compte une quinzaine de personnes et a contribué à sauvegarder autant d'emplois chez ses fournisseurs français. Elle réalise un chiffre d'affaires de 2 M€. Son prochain projet : l'installation dans les anciens locaux de l'usine Charles Jourdan, entièrement redesignés pour accueillir le public, valoriser les métiers de main-d'œuvre... Et inscrire l'avenir de la marque dans cet héritage industriel !

HAUTE-LOIRE

Adjao invite au voyage made in France

Viviane Royer avait auparavant un magasin de décoration à Yssingaux. Michel Philibert possédait une entreprise qu'il a revendue. En 2008, ils créent ensemble Adjao, avec un projet un peu vague de fabrication de luminaires. C'est en utilisant le bois flotté, échoué sur les plages après les épisodes de crues ou de tempêtes, qu'ils trouvent l'inspiration. Ceux-ci forment bientôt les bases des lampes, chaises et tabourets. Des matières nobles comme la laine mérinos, le lin et, plus incongru, le tricot, les cocons de soie naturelle ou la peau de mouton, viennent conférer élégance, douceur, charme à des pièces uniques, dans un style qui n'appartient qu'à eux ! “Lors du salon Maison et Objet, en 2011, nous avons obtenu nos premières belles commandes auprès d'architectes décorateurs. Nous équipons des spas, des Relais et châteaux, des propriétés de particulier en réalisant du sur-mesure.” La particularité d'Adjao ? Des arbres entiers transformés en luminaires, livrés jusqu'à New York, au Mexique, ou dernièrement dans une villa de Majorque. La moitié du chiffre d'affaires est réalisée à l'étranger. En pleine croissance, et aujourd'hui avec deux salariés, la société participe cette année au Salon du made in France dans le cadre de l'opération collective proposée par la CCI.



© DR



© G. Piel

Mobilis investit toujours plus pour produire en France

Quand deux anciens cadres d'une agence de communication parisienne fondent Mobilis à Annecy, en 1993, le contexte est bien différent. “À l'époque, les entreprises commençaient à équiper leurs flottes de commerciaux d'ordinateurs portables. Investir 700 francs dans des coques de protection pour des ordinateurs valant entre 20 000 et 40 000 francs avait du sens. Mais aujourd'hui, pour un coût moyen de terminaux portables autour de 200 euros, il est exclu de proposer des protections à 100 euros !”, indique François Picot, co-dirigeant avec Gérard Truffier-Blanc de Mobilis. L'entreprise a donc déployé des trésors d'ingéniosité pour élaborer des coques de protection toujours aussi solides, voire plus – elle équipe entre autres les policiers de New York, les parachutistes de l'armée de l'air française, les postiers français ou l'ensemble des concessions mondiales de Peugeot – tout en misant sur le made in France. La société de 85 salariés, labellisée Origine France Garantie, dispose d'un site de production dans le Cher. Celui-ci est passé d'un savoir-faire de maroquinier à la réalisation de “complexes”, c'est-à-dire des matériaux de pointe préassemblés en couches successives, découpés par des automates. “Nous sommes ravis de développer encore nos nouvelles gammes en France. Elles nécessitent toujours plus de R&D et d'inventivité !”



Les circuits vertueux en BtoB s'organisent

Réutiliser les déchets des uns comme les ressources des autres constitue l'un des principes de l'économie circulaire. Créer des filières d'approvisionnement et de sous-traitance locales représente aussi un autre fonctionnement vertueux sur les plans de l'environnement et de la compétitivité prix. Loin de rester théoriques, ces approches s'illustrent dans la pratique. Exemples retenus dans différents secteurs d'activité.

C'est le credo de Kario, distillerie de Belley fondée en 1905 par les Frères de la Sainte Famille. Par essence, cette société n'emploie que des matières premières cueillies ou récoltées dans son proche environnement. Dirigée depuis 2008 par un ingénieur qui a réalisé toute sa carrière dans les nouvelles technologies, elle est devenue aujourd'hui la seule Entreprise du patrimoine vivant à proposer un soda exclusivement fabriqué à partir de produits locaux et naturels. Toujours dans l'Ain, dans la plasturgie cette fois, une action innovante a vu le jour à l'initiative de quatre entreprises du secteur (Broplast, Indco, Gavand, Nigra Fils), de la structure d'insertion Aire, et du centre technique de la plasturgie et des composites (PEP). Elle a pour objectif de recréer une matière plastique de seconde vie à partir du recyclage de pièces actuellement destinées à l'enfouissement. "Tous les transformateurs recyclent déjà les chutes ou rebus obtenus à l'issue de leur processus de production. Mais beaucoup de pièces non nobles partaient en déchetterie faute d'opérations de recyclage adaptées", explique Nadine Simone, chargée de développement. Un cintre plastique contenant une pièce métallique était par exemple considéré comme trop complexe à recycler. Une société, Triveo, a donc

été créée en 2014 à Brion pour résoudre ce problème. Entre septembre 2015 et septembre 2016, elle a ainsi traité 820 tonnes de déchets, évitant leur enfouissement ou incinération. "La matière récupérée contient encore trop d'impuretés pour servir l'industrie alimentaire, le cosmétique ou le médical, mais elle convient tout à fait pour des secteurs tels que le BTP, ou des applications automobiles comme les tableaux de bord." Triveo emploie 14 personnes en insertion et a su générer une activité viable et pérenne, même si, et c'est paradoxal, le faible coût des matières issues des énergies fossiles tend à réduire l'intérêt d'économiser la ressource.

Tisser les synergies au sein des territoires

En Isère, c'est une opération collective, portée au niveau national par l'Ademe et l'Institut de l'économie circulaire, qui a été proposée par la CCI Nord-Isère et la CCI Grenoble. L'action, baptisée programme national de synergies inter-entreprises (PNSI), s'inspire d'une méthodologie anglaise. Une quarantaine de sociétés sont invitées à travailler en atelier, puis suivies sur deux ans afin de détecter des synergies possibles entre elles (ou sur leur territoire). Des conseillers au sein des CCI les accompagnent dans leur démarche, en les aidant par exemple à surmonter les obstacles techniques ou réglementaires. Initiés en juin 2015, les deux

Verkor marque sa trace

C'est l'histoire d'un ancien champion de France junior de snowboard, designer dans une société de bagagerie fabriquant en Asie, qui ne trouvait pas chaussure à son pied. À 35 ans, Fabien Ternay a souhaité développer sa propre marque, conforme au look des adeptes de sport de glisse, ainsi qu'à des valeurs éthiques et environnementales. "Installée à Cowork, espace de travail collaboratif à Grenoble, la création représente peu de frais fixes, et j'ai recours à un atelier de fabrication spécialisé à Romans-sur-Isère. L'originalité des modèles est d'utiliser du tissu 100 % recyclé, à base de bâches de camion, bouteilles plastique ou jeans en fin de vie. La semelle en caoutchouc intègre aussi 25 % de matière recyclée. Une microfibre résistante se substitue en outre au cuir", explique le fondateur. Dès sa conception, la gamme Verkor a obtenu un franc succès : le financement participatif de 10 k€ a dépassé l'objectif de 324 %, et les 700 premières paires, déclinées en 8 modèles, ont toutes trouvé preneurs. Chemin faisant, les chaussures Verkor pourraient constituer un vrai débouché pour les filières du recyclage.



© F. Ardito

GRENOBLE



AIN

HolyPop, le botanic soda 100 % local

Créés en 1905 par les Frères de la Sainte Famille, la distillerie et le laboratoire Kario ont mis au point des compléments alimentaires à base de produits naturels. Tous sont issus de filières locales – plantes des Alpes, noix de Grenoble... – certifiés agriculture biologique. Lorsque Jean-Pierre Pellet a repris l'établissement de Belley en 2008, il a souhaité réactualiser les recettes séculaires développées par les moines. Après trois années d'études et l'appel aux communautés d'internautes, le soda HolyPop a vu le jour. "Son goût, à base de menthe poivrée, noix verte, cannelle, est unique ! Il se compose à 98 % d'ingrédients fournis par des producteurs régionaux et contient toutes les vertus des plantes." Déjà présente dans 1 300 magasins spécialisés, la boisson surfe sur les nouvelles tendances : de 90 000 bouteilles en 2015, la production est passée à 150 000 en 2016. Un succès qui nécessitera bientôt la construction d'une nouvelle usine pour Kario, reconnue Entreprise du patrimoine vivant (10 salariés actuellement).

premiers ateliers se sont déjà révélés plus que concluants : "À l'issue d'une seule session, 300 ressources ont été proposées, et 590 synergies potentielles identifiées chez les entreprises participantes", illustre la CCI Nord-Isère. "Ainsi, une entreprise disposait de tourets en bois en grande quantité pour la livraison de câbles électriques, qui partaient en déchetterie. Cela intéressait une société qui pouvait réemployer le bois pour des tables ou des

chaises. Une autre obtenait de son process des eaux usées chargées en aluminium et ce déchet était brûlé, alors qu'une entreprise tierce était capable de traiter les eaux et valoriser l'aluminium ! Deux acteurs qui se sont rencontrés lors des ateliers se sont aussi rendu compte qu'avec

Garantir aux entreprises un accès durable aux ressources dont elles ont besoin est l'un des principaux avantages de l'économie circulaire

leur savoir-faire complémentaire ils pouvaient développer ensemble un produit en commun !" Premier verdict, à mi-parcours : les entreprises connaissent mal les activités d'autres sociétés voisines ; concentrées sur leur cœur de métier, elles peinent également à identifier des compétences ou savoir-faire utiles sur une partie de leur process, si l'idée ne leur est pas suggérée ou ne s'impose pas comme une évidence lors d'une rencontre informelle. À l'issue du programme, en juin 2017, plus de 200 sociétés du territoire auront été sensibilisées et suivies. Soit autant de relais locaux pour, demain, essaimer l'esprit de la démarche !

E.allery



© V. Gour

BEAUJOLAIS

Verne & Clet Mermet promeut le tissu français

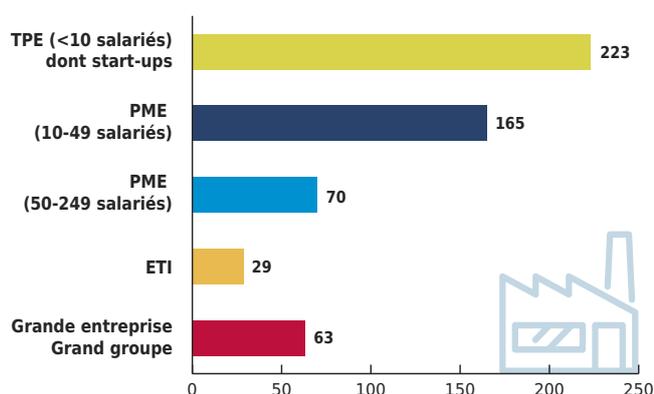
Dans son atelier de Chessy, en Beaujolais, Verne & Clet Mermet fabrique un million de mètres de tissus par an. La production est ici 100 % française. "Nous avons recours à une technique de croisement de fil autrefois utilisée par les soyeux qui permet d'obtenir un tissu très solide et durable. C'est fondamental pour nos clients. Notre fabrication sert en effet majoritairement à la réalisation d'uniformes, pour des grandes entreprises ou services publics qui habillent leur personnel", témoigne Didier Butor, dirigeant de la société. La production locale et l'utilisation d'un réseau de sous-traitance exclusivement régionale pour la teinture, l'ennoblissement, l'ourdissage assurent en outre une réactivité appréciée par les clients français et étrangers de la société (export : 40 % du chiffre d'affaires). "Le made in France dispose d'une excellente image chez certains pays clients (Moyen-Orient, USA, Chine...). Mais il faut continuer à se battre pour rester compétitif." Didier Butor reconnaît le rôle des grands appels d'offres publics, essentiels pour conserver de forts volumes. L'entreprise emploie 10 salariés, et occupe l'équivalent de 80 postes en sous-traitance.

Auvergne-Rhône-Alpes, région de solutions pour l'Industrie du futur

Pour Auvergne-Rhône-Alpes, 1^{re} région industrielle française, l'Industrie du futur représente un double enjeu. Toutes les technologies, sources de mutation vers l'Industrie de demain, doivent s'intégrer à la chaîne de valeur des entreprises qui font la force du tissu industriel régional : il s'agit clairement d'un enjeu de compétitivité. Mais il faut aussi qu'Auvergne-Rhône-Alpes, grande région européenne du numérique et de l'équipement industriel, valorise pleinement son offre de solutions pour l'Industrie du futur, auprès des entreprises régionales, mais aussi ailleurs en France et partout dans le monde.

Dans ce but, les CCI de région Rhône-Alpes et Auvergne, la DIRECCTE Auvergne-Rhône-Alpes, Business France, la FIM Rhône-Alpes et l'UDIMERAA ont entrepris, début 2016, d'identifier les entreprises régionales proposant des solutions technologiques, des équipements ou composants, des logiciels et autres services permettant aux entreprises industrielles de concevoir et bâtir leur modèle d'entreprise du futur.

550 établissements identifiés : des offreurs de solutions présents dans tous les territoires de la région



Les nouvelles technologies, et notamment les solutions numériques, ouvrent un nouvel horizon pour les entreprises industrielles régionales. Les Chambres de commerce et d'industrie l'ont pleinement intégré dans l'appui de proximité qu'elles assurent auprès du tissu de PME/PMI. La région Auvergne-Rhône-Alpes, grande région du numérique et de l'équipement industriel, présente tous les atouts pour conquérir les marchés de l'Industrie du futur.

CHIFFRES CLÉS



5,7 Md €
de valeur ajoutée dans la fabrication de biens d'équipements/machines

36 %

des exportations françaises de machines spéciales



2^e région numérique française

22 %

des brevets français de machines-outils et des instruments de mesure



COUP DE PROJECTEUR
"Spécial Industrie du futur"

À venir sur le site de la CCI de région
www.rhone-alpes.cci.fr



Vous êtes une entreprise offrant des solutions pour l'Industrie du futur : assurez-vous d'avoir bien été identifiée :

Pour la CCIR Rhône-Alpes :
berat@rhone-alpes.cci.fr

Pour la CCIR Auvergne :
mmesseant@auvergne.cci.fr

Election de Jean-Baptiste Maisonneuve à la présidence de la CCI Beaujolais

Le 22 novembre dernier, M. Pierre Castoldi Sous-préfet de Villefranche sur Saône a installé l'Assemblée Générale de la Chambre de Commerce et d'Industrie Beaujolais issue des élections consulaires.

Composée de 30 membres, chefs d'entreprise, cette nouvelle Assemblée Générale a élu son bureau et son Président. M. Jean-Baptiste Maisonneuve qui conduisait la liste « Entreprendre pour le Beaujolais » succède ainsi à M. Noël Comte. Agé de 40 ans, il est Président de la société éponyme Autocars Maisonneuve.

Membre associé sous la mandature de M. Pierre Alloin, puis élu et membre du Bureau dans l'équipe de M. Noël Comte, M. Jean Baptiste Maisonneuve très ancré dans le Beaujolais souhaite inscrire l'action de la CCI dans la continuité de ses prédécesseurs.



Entouré de son équipe, M. Jean-Baptiste Maisonneuve Président de la CCI au côté de M. Pierre Castoldi Sous-préfet de Villefranche

Le Bureau de la CCI

M. Jean-Baptiste Maisonneuve, Président

- M. Pierre Casoli
1^{er} Vice-président
- M. Christophe Goudard
Trésorier
- Mme Valérie Paquet
Secrétaire
- Mme Marie-Françoise Eymine
2^{ème} Vice-présidente
- M. Guillaume Sarrazin
Trésorier adjoint
- Mme Marine Descombe
Secrétaire adjoint

Les nouveaux élus de la CCI Beaujolais

Catégorie Commerce de 0 à 9 salariés

- **Pascale Brachon**
Monsols
- **Marie-Françoise Eymine**
Villefranche/Saône
élue titulaire à la CCIR
- **Jean-Luc Lafond**
Anse
- **Arnaud Martin**
Villefranche/Saône
- **Valérie Pisk**
Villefranche/Saône
- **Nicolas Sandjian**
Gleizé

Catégorie Commerce de plus de 10 salariés

- **Yolande David**
St-Jean-d'Ardières
- **Marine Descombe**
Saint-Étienne-des-Oullières

- **Frédéric Giraud**
St-Jean-d'Ardières
élu suppléant à la CCIR
- **Jérôme Tondeur**
Villefranche/Saône

Catégorie Industrie de 0 à 49 salariés

- **Jean-Marc Bosgiraud**
Salles-Arbuissonnas
- **Georges Cornaton**
St-Jean-d'Ardières
- **Jean-Baptiste Marduel**
Arnas
- **Serge Reynaud**
Villefranche/Saône
- **Guillaume Sarrazin** Arnas
- **Clémentine Thibert**
Villefranche/Saône
élue suppléante à la CCIR

Catégorie Industrie de plus de 50 salariés

- **Pierre Casoli**
St-Georges-de-Reneins
élu titulaire à la CCIR
- **Philippe Gardette**
Villefranche/Saône
- **Émile Di Serio**
St-Jean-d'Ardières

Catégorie Services de 0 à 9 salariés

- **Gilles Bouvant**
Limas
- **Mathieu Burnichon**
Villefranche/Saône
- **Amicie De La Poix De Freminville**
St-Etienne-des-Oullières
- **Alexandra Du Mesnil Du Buisson**
Arnas

- **Rémy Gardette**
Villefranche/Saône
- **Jean-Baptiste Maisonneuve**
St-Jean-d'Ardières
élu titulaire à la CCIR

Catégorie Services de plus de 10 salariés

- **Christophe Goudard**
Limas
- **Denis Guyard**
Villefranche/Saône
- **Patrick Imbert**
St-Laurent-d'Oingt
- **Daniel Motte**
Belleville
- **Valérie Paquet**
Belleville
élue suppléante à la CCIR

Le catalogue des formations 2017 fait le plein de nouveautés !

Pour mieux répondre aux attentes des entreprises, mais aussi en raison des évolutions liées à la réforme de la formation professionnelle (Loi du 5 mars 2014), l'offre du catalogue des formations proposée par la CCI s'est enrichie de nouveautés en 2017.



- Un chapitre est ainsi dédié à la formation des dirigeants avec un panel de formations intensives et de courtes durées (en demi-journées) adaptées à leurs contraintes.
- 6 Certificats de Compétences en Entreprise inscrits au Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP) sont également proposés. Ils peuvent être financés par le Compte Personnel de Formation.
- Afin de permettre aux personnes ayant suivi une formation lors de sessions « inter-entreprises » de vérifier la bonne mise en pratique de leurs acquis, un accompagnement individuel optionnel est possible via un format court et à distance.

- De nouvelles formations sont également proposées : Professions immobilières, Responsable Santé Sécurité et bien d'autres encore!

Les 6 certificats de Compétences en Entreprise

- « Exercer le rôle de tuteur en entreprise »
- « Manager un projet »
- « Animer une équipe de travail »
- « Exercer la mission de formateur en entreprise »
- « Gérer la paie »
- « Mener une négociation commerciale »

En savoir plus : centre de formation de la CCI
Tél. 04 74 62 95 89

Dirigeants, accordez-vous une pause stratégique

Structurez le développement de vos activités

Vous souhaitez élaborer votre projet d'entreprise en cohérence avec vos ambitions, vos ressources et votre environnement externe ?

Rejoignez un groupe d'entrepreneurs et participez à un programme « **Séminaire Dirigeants Stratégie** » dans le cadre du Plan PME ! Ce dernier permet de définir la stratégie de l'entreprise mais aussi les moyens nécessaires à sa mise en œuvre.

Au programme :

- Une formation, des temps d'échange entre dirigeants et des outils méthodologiques pour définir vos priorités,
- Un accompagnement individualisé avec le regard externe d'un consultant pour vous aider à bâtir et formaliser votre feuille de route,
- Des applications pratiques en communication pour s'adapter à chacune des parties prenantes : clients, salariés, financeurs,...

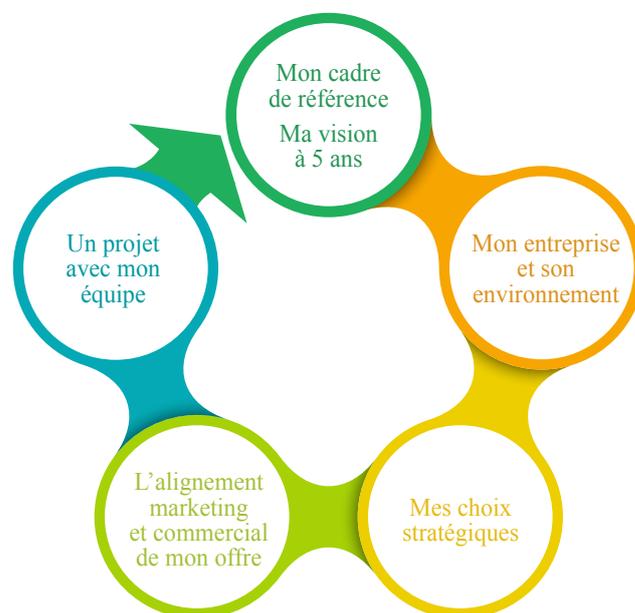
Un parcours de 7 jours, étalé sur 7 mois, pris en charge à 80% par la Région et l'Union Européenne.

Prochaine session : mai 2017

Informations et inscriptions auprès de Serge VEYSSET :
Tél 04 74 62 73 00 - sveysset@villefranche.cci.fr

Plus d'infos :

<http://www.beaujolais-cci.com/accompagner-vos-projets/innovation/plan-pme-seminaire-dirigeant-strategie>



Avec le soutien financier de :



Un Forum pour s'orienter !

Ce mardi 17 janvier a eu lieu la 4^{ème} édition du Forum de l'Orientalisation organisé en partenariat entre la CCI Beaujolais et la Maison De l'Emploi et de la Formation du Rhône.



Plus de 600 élèves de classes de 4^{ème}, 3^{ème} et seconde accompagnés de leurs enseignants sont venus s'informer sur les formations proposées en Beaujolais et découvrir celle qu'ils pourraient choisir après le baccalauréat. Pour la première fois, cette manifestation s'ouvrait aux parents ainsi qu'aux personnes inscrites à Pôle Emploi, Cap Emploi et Missions Locales. L'offre présentée était riche et diversifiée depuis des formations du tertiaire en passant par la mécanique, le bois ou l'aide à la personne. Nouveauté, une personne répondait cette année sur toutes les questions liées à l'handicap et la formation. Cette manifestation locale met en lumière tout l'intérêt de l'apprentissage et des formations en alternance tant pour les entreprises que pour les jeunes.



Prenez date !

Lundi 3 avril 2017

Dans le cadre de la Quinzaine de l'International organisée du 3 au 14 avril prochain par CCI International Auvergne Rhône-Alpes, venez rencontrer des experts de l'International le lundi 3 avril à la CCI Beaujolais.

Au cours d'entretiens individuels vous pourrez valider vos approches pays, optimiser vos démarches de prospection terrain, préparer vos implantations, être accompagné dans l'analyse réglementaire de vos opérations internationales au quotidien.

Entretiens individuels gratuits d'environ 30 mn chacun sur inscription préalable.

Programme sur

www.beaujolais-cci.com/accompagner-vos-projets/international/quinzaine.

Renseignements complémentaires auprès de Alexandre Prioux

Tel 04.74.62.73.00 aprioux@villefranche.cci.fr

Salon de l'Entreprise

6 entreprises du Beaujolais ont reçu le Trophée Excellence 2016

Créé par la CCI Beaujolais en 2010 les Trophées Excellence sont décernés en clôture du Salon de l'Entreprise aux entreprises, quel que soit leur secteur d'activité, qui se sont distinguées au cours de l'année écoulée. 44 Trophées ont ainsi été remis depuis la création de cette distinction. Le 13 octobre dernier ont été récompensés 6 dirigeants d'entreprise.



Trophées Excellence, la Promotion Jean Baligand au côté de Laurent Solly Directeur Général de Facebook France des partenaires du salon et d'Elisabeth Lamure Sénateur

Catégorie environnement

Edouard Plattard

Société Plattard, pour le prix obtenu dans la catégorie « Contribution économique à la société » au Concours Développement durable organisé par l'union des producteurs de granulats (UNPG)

Catégorie gastronomie française

Jean Alexandre Ouaratta

Château de Bagnols implanté à Bagnols, pour l'obtention d'une étoile au Guide Michelin 2016.

Catégorie coup de cœur

Dominique Piron

Domaine Dominique Piron, à Villié-Morgon pour sa promotion des vins du Beaujolais à l'international

Catégorie qualité

Jean Michel Gueguen

Château de Pizay, pour les 2 prix obtenus au concours «Label SPAS de France».

Catégorie croissance et pérennité

Aurélien Giraud

Maçonnerie Giraud, à Anse pour les 50 ans de l'entreprise

Catégorie innovation

David BILLANDON et Nicolas BARRALE,

Sotradel Transport pour la Palme du Transport 2016 décernée par l'Officiel des Transporteurs, récompensant son initiative et son engagement dans la coordination du Consortium Equilibre.

Le Trophée Excellence

CRÉATION ORIGINALE : Une réalisation « Made in Beaujolais »

CRÉATION : Ultimium Advertising - Anne Blanchard
Le nouveau nom de Verber&Partens

ILLUSTRATION : Made In Fa - Fabienne Coppin - Vaux-en-Beaujolais

RÉALISATION : Ego Paris - Belleville-sur-Saône
En collaboration avec la société Somas - Montmerle

IMPRESSION : Imprimerie Caladoise - Villefranche





OCTA
CCIR AUVERGNE-RHÔNE-ALPES

C'EST CLAIR ET LIMPIDE.
L'OCTA CCIR EST L'ORGANISME
RÉGIONAL UNIQUE, COLLECTEUR
DE LA TAXE D'APPRENTISSAGE.

L'OCTA CCIR Auvergne-Rhône-Alpes collecte les versements des entreprises et organise la redistribution aux établissements d'enseignement que vous aurez désignés. Vous participez ainsi à la formation des jeunes du territoire et à son développement.

Effectuez vos formalités
avant le 1^{er} mars

FACILITAXE
facilitez-vous les taxes

www.facilitaxe.com/ccirara



AUVERGNE-RHÔNE-ALPES



AGRICULTURES
& TERRITOIRES
CHAMBRE D'AGRICULTURE
AUVERGNE-RHÔNE-ALPES



Chambres de Métiers
et de l'Artisanat
Région Auvergne - Rhône-Alpes

En application de la loi du 5 mars 2014, relative à la formation professionnelle, à l'emploi et à la démocratie sociale, le réseau des organismes collecteurs de la taxe d'apprentissage (OCTA) est désormais restreint. Un collecteur unique est déployé dans chaque Région. L'OCTA CCIR Auvergne-Rhône-Alpes réunit les Chambres de Commerce et d'Industrie, les Chambres d'Agriculture et les Chambres de Métiers et de l'Artisanat.

VENDREDI 31 MARS 2017

Salle des Echevins

de 10h à 17h

96 rue de la sous-préfecture
69400 Villefranche sur Saône

DIGITAL FORUM BEAUJOLAIS 3.0

1^{ÈRE} ÉDITION



TOUS CONNECTÉS