

20 millions d'euros

LE MANQUE À GAGNER POUR PLAINE COMMUNE

La coupe annoncée de 11 milliards d'euros, entre 2015 et 2017, des dotations de l'Etat aux collectivités locales coûterait 20 millions d'euros à la communauté d'agglomération Plaine Commune, au nord de Paris, selon ses élus. Ils dénoncent une

baisse de 40 % des fonds leur permettant d'investir dans le logement et les équipements publics. Cela quand la mission de préfiguration de la métropole parisienne remet aujourd'hui son rapport au gouvernement. Principal enjeu : le budget.



Clotilde Poulain/REA

Isabelle This Saint-Jean au Genopole

ÎLE-DE-FRANCE — Isabelle This Saint-Jean, vice-présidente enseignement supérieur et recherche du Conseil régional d'Ile-de-France, prend la présidence du groupe d'intérêt public Genopole. Elle remplace Thierry Mandon, démissionnaire après son entrée au gouvernement pour prendre en charge la réforme de l'Etat.

innovateurs

Le Conseil général du Loiret déploie une box pour personnes âgées



DR

LE PROJET LYSBOX

Porteur du projet : Conseil général du Loiret
Partenaires : Sigfox, Horanet et Smile
Investissement : 1,6 million d'euros
Secteur : services

Christine Berkovicus
— *Correspondante à Orléans*

A l'initiative du Conseil général du Loiret, une box inédite est en cours de déploiement dans le département, chez les 9.300 personnes âgées bénéficiaires de l'allocation personnalisée d'autonomie. Il s'agit d'un petit boîtier interactif sans connexion Internet fonctionnant sur pile, qui permet aux aides à domicile de badger à leur arrivée sur place, grâce à la technologie NFC. Sysajoute un portail Internet où les familles peuvent, par exemple, vérifier en temps réel si

leur parent a bien eu la visite de son aide ménagère. Le système, totalement gratuit pour l'utilisateur, a coûté 1,6 million d'euros à la collectivité, financé pour moitié par l'Europe et le contrat de plan. Il devrait générer 600.000 euros d'économies dès la première année, rien qu'en améliorant la facturation sur la base des prestations réellement effectuées.

Davantage de services à court terme

Pour déployer ce dispositif, le conseil général a fait appel à trois sociétés dont Horanet (Deux-Sèvres), Sigfox (Haute-Garonne) et Smile (Hauts-de-Seine), l'opérateur de réseau dédié à l'Internet des objets. Dans le Loiret, il a maillé le territoire avec une quarantaine d'antennes pour relayer l'information, y compris dans des zones rurales dépourvues d'accès Internet. A court terme, le conseil général devrait greffer de nouveaux services sur la LysBox, par exemple un bouton d'appel vers la personne de son choix, un système d'alerte en cas d'activation du plan grand froid ou canicule, des détecteurs de fumée... L'envisage aussi de proposer à d'autres opérateurs, mais à titre payant, d'utiliser cette interface pour gérer leurs propres activités, comme le portage de repas ou les soins infirmiers à domicile, ce qui génèrera des recettes complémentaires. ■

Nutrisens ajoute Repas Santé à sa carte de produits alimentaires

RHÔNE-ALPES

Les deux groupes sont spécialisés dans les aliments pour personnes dénutries.

Le groupe lyonnais se développe dans les produits sans sel, sans gluten, sans allergènes.

Vincent Charbonnier
— *Correspondant à Lyon*

Nutrisens a de l'appétit. Le groupe lyonnais spécialisé dans la dénutrition des personnes âgées et la dysphagie (troubles de la déglutition) complète sa gamme avec le rachat du bourguignon Repas Santé. Cette société familiale, créée en 1997, produit des aliments à texture modifiée (mixés). « Nous avons le même positionnement. Nous sommes très complémentaires », note Georges Devesa, directeur général de Nutrisens.

Repas Santé a récemment modernisé son outil de production à Beaulieu (Côte d'Or) qui sera conservé. Le chiffre d'affaires de la société bourguignonne s'élève à 21 millions d'euros avec 96 person-



Sur les trois dernières années, le groupe lyonnais Nutrisens a vu son chiffre d'affaires passer de 20 à 35 millions. Photo DR

nes. L'objectif de son nouvel actionnaire est de développer ses exportations, réalisées pour l'instant en Wallonie et en Allemagne.

Né en 2011 du regroupement de deux participations du fonds d'investissement Evolem, fondé et présidé par Bruno Rousset, Nutrisens possède deux unités de produc-

tion : l'une à Loudun (Vienne) spécialisée dans les plats cuisinés stérilisés, l'autre à Autun (Saône-et-Loire). Deux nouvelles lignes de produits déshydratés ont été installées ces derniers mois dans cette usine pour un investissement de moins d'un million d'euros. Dans le cadre de cette opération, Evolem reste action-

naire à 85 % de Nutrisens, au côté de quatre managers de la société basée à Francheville, près de Lyon, qui détiennent 15 % de son capital.

Pain enrichi aux protéines

Outre les problématiques médicales liées aux maladies neurodégénératives, aux cancers, aux soins palliatifs, au diabète, à la dénutrition des personnes âgées notamment, le groupe lyonnais axe son développement sur les produits sans sel, sans gluten, sans allergènes. La PME a notamment créé avec Céréalabun pain brioché enrichi aux protéines et en vitamine D. Autre nouveauté distinguée par le prix de l'innovation en nutrition, une papillote de chocolat enrichi en magnésium et en protéines. Pour être acceptés, ces produits doivent « être évocateurs de saveurs, de recettes traditionnelles pour rendre l'appétit à des personnes qui ont perdu le goût de manger », explique Georges Devesa. Sur les trois dernières années la société a vu son chiffre d'affaires passer de 20 à 35 millions. Nutrisens a pour clients des hôpitaux et des maisons de retraite, des restaurants scolaires et des sociétés de portage de repas à domicile, des magasins diététiques et des salles de sport. ■

Injecteurs d'insuline : Lilly double les capacités du site de Fegersheim

ALSACE

Le groupe américain investit 20 millions d'euros.

Il passe à 110 millions de stylos injecteurs d'insuline par an.

Christian Lienhardt
— *Correspondant à Strasbourg*

Alors que sort de terre à Fegersheim (Bas-Rhin) sa nouvelle unité de production de cartouches d'insuline, le groupe pharmaceutique américain

Lilly complète cet investissement de 91 millions d'euros par un second projet qui nécessite une mise de fonds supplémentaire de 20 millions d'euros. D'ici début 2017, une nouvelle ligne d'assemblage de stylos-injecteurs sera ainsi opérationnelle sur le site et permettra de doubler les actuelles capacités de production pour atteindre 110 millions de stylos par an, soit l'équivalent des besoins de traitement de 2,5 millions de personnes diabétiques. « Notre objectif est d'enrichir le portefeuille de produits innovants pour soigner les diabètes et de devenir ainsi leader mondial sur ce marché », commente Myles O'Neill, le vice-président du groupe américain, en charge de la

production. L'enjeu de taille : le nombre de diabétiques au monde va passer de 370 à plus de 550 millions de personnes d'ici à 2030. Et dans cette stratégie, l'usine alsacienne, qui est aujourd'hui le plus gros site industriel de Lilly au monde sera pilote. Elle compte déjà plus de 1.500 salariés et aura bénéficié en deux ans, tout confondu, de 200 millions d'euros d'investissements.

Visibilité, stabilité et flexibilité

Dans le même temps, le groupe pharmaceutique poursuit des développements analogues sur ses autres sites, notamment outre-Atlantique, en Chine et en Italie. « La

France reste attrayante pour les investissements à très forte valeur ajoutée », reconnaît néanmoins Marcel Lechanteur, président de Lilly France et Benelux, tout en rappelant que des groupes pharmaceutiques internationaux comme le sien ont besoin de visibilité, de stabilité et de flexibilité.

Actuellement, l'usine alsacienne produit près de 213 millions d'unités médicamenteuses par an, essentiellement de l'insuline, des anti-cancéreux, des hormones de croissance et des traitements de l'ostéoporose. L'an dernier son chiffre d'affaires (2,2 milliards d'euros) a progressé de 30 % avec 95 % de ses ventes réalisées hors de l'Hexagone. ■

Delta 10 lance des vêtements contre le mal des transports

L'INVENTION DELTA 10

Date de création : avril 2014
Président et cofondateur : Philippe Danckaert
Effectif : 3 personnes
Secteur : textile

Nicole Buysse
— *Correspondante à Lille*

Après deux ans d'incubation au Centre européen des textiles innovants (Ceti) à Lille, Philippe Danckaert et Olivier Trenteaux, deux passionnés de mer, ont créé Delta 10, en avril dernier, pour lancer des vêtements techniques contre le mal des transports. Ils ont d'abord sorti une première gamme plus spécifique que le mal de mer, sous la marque Wear Is My Boat (photo), vendue en ligne depuis juillet.

95 % d'effet positif

Avec l'aide d'Innotex, l'incubateur du Ceti, ils ont mis au point un procédé qu'ils ont breveté. « Nous ajoutons à un tissu technique une membrane, soit plaquée sur le tissu, soit prise en sandwich entre les couches intérieures et extérieures du vêtement », explique Philippe Danckaert, président de Delta 10. « C'est un polymère contenant des parti-



DR

cules minérales, qui agit sur l'ensemble des capteurs de proprioception, c'est-à-dire la perception consciente ou pas de la position des différentes parties du corps. Il y a aussi une action sur les thermorécepteurs du corps humain, qui mettent les muscles en situation tonique pour résister à tous les mouvements subis dans un véhicule en déplacement, un bateau, une voiture ou un train. » Les prototypes testés ont montré 78 % d'effet positif sur le mal de mer et 95 % sur celui des transports.

Les deux fondateurs déjà rejoints par un troisième associé poursuivent leurs recherches avec Innotex sur d'autres produits (pantalons, short, chaussures...). Ils comptent ensuite cibler les magasins spécialisés dans le nautisme ou la grande plaisance. Hébergé actuellement à la ruche d'entreprise de Tourcoing, Delta 10 table sur 1 million d'euros de chiffre d'affaires d'ici à trois ans. Près de 30 % de la population mondiale est sujette au mal de mer, les femmes 1,7 fois plus que les hommes. ■

Volailles Bruno Siebert passe les frontières

LE PRIX DE L'ENTREPRENEUR DE L'ANNÉE ALSACE

Le prix de l'Entrepreneur de l'année, organisé par Ernst & Young et « L'Express », avec le soutien du groupe Edmond de Rothschild, Verlingue et Bpifrance, et dont « Les Echos » sont partenaires, a été remis hier, pour la région Est, à Bruno Siebert, président-directeur général de Volailles Bruno Siebert.

Poulet d'Alsace, Label rouge, bio, terroir... En quelques années, le volaillier Bruno Siebert a conquis l'essentiel du marché alsacien et transfrontalier. Et à 150 kilomètres

autour d'Ergersheim (Bas-Rhin), ses 21 camions livrent aussi bien les boucheries de quartier que les grandes surfaces. Au-delà, il passe par un réseau de grossistes. « L'essentiel se fait par téléphone, le matin en arrivant je ne connais encore que 15 à 20 % des commandes du jour, on travaille en flux tendus », explique Bruno Siebert.

Sur le marché du poulet et du lapin, son positionnement volontairement haut de gamme lui assure une croissance proche de 10 % par an. L'an dernier, son entreprise a réalisé 63 millions d'euros de chiffre d'affaires, avec 310 salariés, dont une trentaine d'intérimaires.

Le succès de sa marque, Bruno Siebert l'attribue à sa stratégie de

qualité et à sa maîtrise de l'ensemble de la filière, logistique comprise. Ses 90 élevages, essentiellement en Alsace, sont certes indépendants, mais c'est le groupe volaillier qui définit leur cahier des charges, leur fournit les poussins et l'alimentation. Les contrôles sont permanents, y compris à l'abattoir.

L'offre commerciale s'est élargie

Depuis 1992, année du transfert de l'atelier d'abattage du Moulin de Wolxheim vers le site ultramoderne d'Ergersheim, les extensions se succèdent. Cette année encore, 5.000 mètres carrés de plus et 8,5 millions d'investissement. « Nous sommes aujourd'hui tirés par nos ventes à l'export, en Allemagne,

en Belgique, en Suisse et, depuis peu, en Autriche », commente le PDG. Cette percée à l'export — désormais 25 % du chiffre d'affaires — tient aussi à l'élargissement de l'offre commerciale. Aux 140.000 poulets abattus et transformés par semaine, se sont ajoutés les canards, les pigeons, les caillies, les dindes et autres pintades. Ainsi que les lapins qui représentent déjà près de 15 % de l'activité. De plus, le lancement en 2007 d'une division « charcuterie de volaille » génère près de 10 millions de chiffre d'affaires.



Le palmarès sur business.lesechos.fr/entrepreneurs