

# L'économie en Dordogne

Le magazine des acteurs économiques de la Dordogne

N°18 - DÉCEMBRE 2008

## Dossier Les clés de l'intelligence économique

Détenir la bonne information au bon moment est un enjeu capital pour l'entreprise. Cette maîtrise de l'information, c'est l'intelligence économique. Elle n'est pas réservée aux grands groupes. Les petites et moyennes entreprises en ont besoin. Plus que de moyens et d'outils technologiques sophistiqués, c'est d'abord une question de méthode. Avec l'aide du Conseil général et de la DRIRE, la CCI développe actuellement le programme Maîtrises Dordogne Entreprises pour aider les petites entreprises à mieux s'informer et à protéger leurs informations. C'est une opération pilote en Aquitaine.  
**lire pages 9 à 13**



## Actualité Les entreprises face à la crise

La crise économique et financière frappe les entreprises. Et ce n'est pas fini. Le point avec Bernard Cazeau, président du Conseil général, Alain Bernazeau, prési-

dent de la Chambre de métiers et de l'artisanat et Alain Brettes, président de la CGPME Dordogne.

**lire pages 4 à 6**

## Entreprises Marbrerie Veyssière

De la marbrerie funéraire à la menuiserie de la pierre, cet atelier de marbrerie a été l'un des premiers à diversifier ses activités.

**lire page 14**



## Phima industrie

Inova Cuisine est la première marque de meubles de cuisine créée en France depuis 20 ans. C'est l'œuvre de Phima Industrie à Campagnac-lès-Quercy.

**lire page 15**



## Selp Viera

Des millions de cartes plastiques, support de services et de communication, sont imprimées ou sérigraphiées dans les ateliers de Selp Viera à Mareuil-sur-Belle.

**lire page 16**

## Allsun

A Saint-Antoine-Cumond, Allsun réalise des systèmes de production d'énergie solaire pour les particuliers et les entreprises.

**lire page 17**

## ID Services

Cette jeune société développe, depuis Brantôme, un négoce de produits alimentaires, avec une attention particulière portée au « bio », pour la restauration hors foyer.

**lire page 18**

## Conserverie Beyne

Chez Beyne Frères, la conserverie d'Eymet, on parle de traçabilité, de diversification des marchés, d'IGP... mais sans rien renier d'une tradition qui a assuré la longévité de l'entreprise.

**lire page 19**



## initiatives

### Entreprendre autrement

Et si la prise de conscience de la valeur de l'eau faisait redécouvrir le métier de puisatier. Anthony Chauveau est à pied d'œuvre.



**lire page 2**

### Micro-entreprises

Avec Périgord Développement, la Dordogne était de nouveau présente au salon de la micro-entreprise à Paris. Les premiers enseignements de cette offensive groupée.

**lire pages 2 et 3**

### L'heure du bio

Tout le monde en parle ! La demande progresse réellement. Mais la mise en place de l'offre n'est pas si simple. Pierre Desport, directeur de la fromagerie Chêne Vert, témoigne.

**lire pages 2 et 3**

Conseil Général de la Dordogne

**Do you speak french? No? ... It doesn't matter, go to page 20**

# ENTREPRENDRE AUTREMENT

## Anthony Chauvreau, puisatier



Chaque puits est un problème nouveau à résoudre.

un art qui se perfectionne à chaque intervention. Anthony apprécie également de voir de nouveaux visages à chaque intervention : « *Faisant un métier pas banal, dangereux et physique, les gens me posent des questions et sont souvent très sympas. En général, ce sont des particuliers. Certains voudraient*

Et si la redécouverte de la valeur de l'eau faisait renaître le métier de puisatier. En créant « Puisatier Sud-Ouest », une entreprise individuelle, Anthony Chauvreau a pris une longueur d'avance.

« *On ne peut apprendre le métier de puisatier autrement qu'en regardant quelqu'un le faire et en travaillant avec lui. C'est ce que j'ai fait avec mon beau-père* », explique Anthony Chauvreau qui a choisi Javerlhac-et-La-Chapelle-Saint-Robert pour créer cette activité peu pratiquée : « *Descendre dans les puits de toutes profondeurs (+ de 30 mètres), d'au moins 80 cm de diamètre avec une échelle métallique (de ma fabrication), un treuil électrique, pompes, cordages et lampes halogènes, pour nettoyer et curer, débayer, approfondir, buser et remettre en eau, à ma connaissance, je suis l'un des seuls (voire le seul) à le faire dans les douze départements du grand Sud-Ouest.* »

« *J'aime ça ! Aucun puits ne ressemble à un autre. C'est toujours un problème nouveau à résoudre et, le plus souvent on y arrive. Certains sont abandonnés ou bouchés depuis 50 ans ou plus. Pourquoi ? Une nappe asséchée ou une sécheresse occasionnelle ; ils n'ont pas été nettoyés depuis de longues décennies (ne trouvant personne pour y descendre) ou bien des conduites effondrées ou bouchées. A l'époque où l'eau du robinet n'était pas chère, on bouchait les puits ou on les abandonnait...* »

Les temps ont changé et Anthony compte bien que la valeur de l'eau, sa rareté parfois, fera le bonheur du puisatier : « *Quand je ressors d'un puits qui ne donnait qu'un filet d'eau et que j'annonce un débit retrouvé de 2000 à 3000 litres/heure, ça fait plaisir. Cet été, le meilleur débit après mon intervention fut de 9000 litres/heure.* »

Comprendre l'origine du puits, retrouver le fil d'eau, estimer les débits, les tester, c'est

*bien se servir de nouveau de leur puits pour arroser le jardin ou même pour les usages domestiques. D'autres ont découvert le puits en achetant une propriété et aimeraient bien savoir s'il peut être remis en service. Il arrive aussi que des agriculteurs, des viticulteurs ou des pisciniers fassent appel à moi. Certains châtellains aussi.* »

Paradoxe du métier, les clients satisfaits ne feront plus forcément appel à vous : « *un puits dans la roche doit être nettoyé tous les 50 à 60 ans, dans l'argile tous les 30 à 40 ans, dans le sable, c'est plus délicat...* ». Mais ils peuvent vous recommander aux voisins.

Une seule difficulté : il est strictement impossible, même au vu du puits, de savoir combien de temps va durer l'intervention : « *Au fond, pour un curage, cela peut aller de 2 heures à 5 heures, c'est pour ça que je travaille au forfait.* »

**Anthony Chauvreau : 05 53 56 14 41**



Un outillage léger pour descendre au fond des puits.

# SALON DE LA MIC

## Les premiers enseignements

La Dordogne, via Périgord Développement, coordonne chaque année des actions de prospection autour de deux salons parisiens : le salon des entrepreneurs en janvier et le salon de la micro-entreprise en automne. Retour sur cette dernière manifestation.

« *Dans le contexte économique et financier, nous ne savions pas si le salon allait connaître le même niveau de fréquentation que les années précédentes, rappelle Marc Mercier, directeur de Périgord Développement, émanation des chambres consulaires, du Conseil général et du Conseil régional avec le soutien de financements européens (FEDER). Certes, il y a eu un certain tassement, mais la barre des 30 000 visiteurs a quand même été franchie. Pour nous, le bilan est finalement bon avec le même nombre de contacts que l'année précédente et surtout le maintien d'un bon niveau de qualité global, notamment pour les projets les plus avancés. De très bons profils de créateurs ou de repreneurs potentiels ont été identifiés.* »

37 contacts ont donné lieu à l'établissement

# L'HEURE DU BIO

## La fromagerie Chêne Vert

La fromagerie Chêne Vert, de Saint-Front-sur-Nizonne, veut ajouter une filière bio à sa production actuelle. La demande existe, mais l'offre n'est pas si simple à organiser. Témoignage.

La fromagerie a été créée par François Desport. L'entreprise semi-artisanale est conduite depuis plusieurs années par son fils, Pierre Desport. Ce jeune Maître Artisan a choisi délibérément d'innover pour exister et se développer. Un pari gagné, même s'il lui faut toujours être en avance d'un produit dans son offre commerciale.

Avec le lait de chèvre collecté dans le nord de la Dordogne et les départements voisins, il produit un fromage moulé selon des méthodes et des recettes traditionnelles, pour offrir une gamme allant du très frais à l'affiné moelleux. Ce que font aussi les autres, de façon plus ou moins traditionnelle. Mais c'est dans la création de produits fromagers originaux

## RO-ENTREPRISE

nts



Le stand Dordogne - Périgord, sur l'une des allées principales du salon, bénéficiait d'une excellente visibilité.

d'une fiche. Les projets ayant le plus fort potentiel en représente 35%, comme lors de l'édition précédente. « C'est plutôt une satisfaction dans l'environnement actuel. Les projets à plus long terme ou nécessitant des approfondissements, connaissent de leur côté un net recul, passant de 30% en 2007 à 14% cette année. »

La nature des projets identifiés est relativement équilibrée entre création et reprise, ce qui est une constante. En revanche, et ce n'est pas une surprise, on ressent l'impact des incertitudes financières et économiques, lorsque l'on évalue les capitaux disponibles pour les mener à bien, notamment pour les contacts dont les projets ne sont pas encore très structurés.

Dans le cas de dossiers plus matures ou présentant les plus forts potentiels, une dizaine

de porteurs de projets affichent des capitaux supérieurs à 50 000 € et certains au-delà de 250 000 €.

Les secteurs d'activités recherchés restent très divers : le commerce (29%), les services (22%), l'industrie (16%), le bâtiment (11%), l'hôtellerie (11%) et l'agriculture (3%). A noter la percée des énergies renouvelables (8%).

Périgord Développement travaillant en partenariat étroit avec les chambres consulaires, les informations recueillies auprès de repreneurs potentiels vont d'ores et déjà permettre d'établir des contacts avec certaines entreprises prêtes à être transmises par leurs dirigeants : « Nous sommes bien entendu avec les partenaires fondateurs de Périgord Développement à la recherche de tout nouveau contact de cédants potentiels concernant ces secteurs d'activité ou d'autres », précise Marc Mercier.

## La Dordogne avance groupée

L'organisation partenariale du stand « Dordogne - Périgord » continue d'être très appréciée par les porteurs de projets qui trouvent rapidement des réponses à la plupart de leurs questions. C'est une vraie force, car les autres territoires présents (Ile-de-France, Charente-Maritime, Sarthe, Lozère, Blois, etc.) n'affichent pas cette unité. Autour de Périgord Développement, sont représentés les acteurs de niveau départemental qui, en Dordogne, peuvent accompagner la création ou la transmission d'entreprise : Conseil général, Chambre de commerce et d'industrie, Chambre de métiers et de l'artisanat, Périgord Initiative et J'Ose Dordogne.

Sur le salon, Périgord Initiative et Périgord Développement ont proposé une conférence sur le thème « comment renforcer ses fonds propres en matière de création ou de reprise ? ». C'était l'opportunité de valoriser le dispositif d'accompagnement mis en place sur notre département et de montrer sa pertinence.

**Périgord Développement**  
23 Rue Président Wilson à Périgueux  
Tél. : 05 53 35 80 24  
info@perigord-developpement.com  
www.perigord-developpement.com

## prépare sa filière

que Chêne Vert cultive sa différence : petits fromages à tous les parfums de confitures, mini-chèvre pour l'apéritif, croq'cabécou pour les petites faims, et plus récemment des verrines alliant le chèvre à des produits haut de gamme, foie gras, saumon, champagne...

40% de la production est distribuée en grandes surfaces et 30% à l'export, avec parfois des créations destinées à un marché spécifique, comme le fromage de chèvre au beaujolais pour le Japon...

« Notre force par rapport à la concurrence, c'est l'innovation et notre capacité à répondre très vite. Notre projet de filière bio rentre dans cette démarche et nous permet de nous distinguer de nos grands concurrents. Pour produire du bio, il faut commencer petit. Ce qu'ils ne peuvent pas faire, » souligne Pierre Desport.

## Des éleveurs réticents

« Chêne Vert a une image naturelle que nous revendiquons. C'est pourquoi, on ne s'était pas intéressé particulièrement au bio. Mais la progression de la demande fait que les distributeurs

veulent tous pouvoir proposer du bio à côté des produits conventionnels. »

Ce qui ne peut se faire qu'en créant une filière spécifique. Si cela ne pose pas problème pour la distribution et les circuits commerciaux, ni même pour la fromagerie où transformation de lait bio et de lait conventionnel peuvent cohabiter. Il n'en va pas de même pour l'amont de la filière, dès le moment où l'on prépare les sols pour produire les céréales qui nourriront les chèvres. Un agriculteur quittant l'agriculture conventionnelle pour le bio ne peut pas valoriser son agrément bio avant deux ans. Dans les faits, il s'avère difficile, pour ne pas dire impossible, de concilier exploitation « classique » et production bio.

Même s'ils perçoivent les perspectives du marché, les éleveurs sont réticents à s'engager dans un mode de production qui sera certes plus économe (moins de produits et d'engrais, autosuffisance en alimentation animale), mais demandera aussi davantage de travail. De plus, on n'a pas encore assez de recul aujourd'hui pour mesurer dans la durée l'efficacité du suivi sanitaire des cheptels « bio ».

Des aides existent pour les éleveurs convertissant leur outil de production au biologique. La fromagerie a sollicité l'aide du Conseil général et du Conseil régional pour accompagner les investissements des producteurs.



Pierre Desport près de la maison des grands parents, récemment aménagée pour accueillir les bureaux de l'entreprise. Au fond, dominant la fromagerie et le site, le chêne vert qui a donné son nom à l'entreprise.

« Pour démarrer dans de bonnes conditions, note Pierre Desport, j'ai besoin de 400 à 500 000 litres de lait/an et j'en ai trouvé 250 000. L'un des premiers apporteurs qui m'a suivi avait déjà adopté les principes de l'agriculture raisonnée, un autre est attiré par l'aspect éthique du projet. »

Il faudra recruter d'autres producteurs pour que les approvisionnements soient garantis à l'autre bout de chaîne. La première gamme bio du Chêne Vert sera courte : un chèvre affiné à frais et, sans doute, un cabécou. C'est aussi avec un cabécou de tradition que la fromagerie a débuté en 1992.

# La Dordogne dans la crise économique et financière

Nous sommes entrés dans une crise économique et financière d'une amplitude qu'aucun dirigeant d'entreprise en activité n'a connue surement. Il ne s'agit pas seulement d'un ralentissement d'un secteur d'activité ou de l'éclatement, redouté mais inévitable, d'une « bulle ». Le phénomène est plus global et nul ne sait encore ce qui donnera le signal d'une reprise que l'on attend – espère – pour le 2<sup>ème</sup> semestre 2009 ou pour 2010... On estime déjà qu'entre le 15 septembre et 15 novembre, 400 emplois ont été perdus dans les entreprises confrontées à un ralentissement de l'activité : 200 emplois directs



et 200 CDD non renouvelés. Nous avons interrogé deux responsables économiques, représentant les petites et moyennes entreprises : Alain Brettes pour la CGPME et Alain

Bernazeau pour la Chambre de métiers et de l'artisanat. Pour sa part, Bernard Cazeau, président du Conseil général, rappelle que les collectivités locales ne sont pas épargnées.

## Bernard Cazeau, Président du Conseil général



### Comment la Dordogne affronte-t-elle la crise économique et financière ?

*D'abord, je ne peux pas passer sous silence le fait que nous devons cette situation inédite et grave à une évolution néfaste et incontrôlée des mécanismes financiers internationaux. Je souhaite que les instances de contrôle et de régulation appelées de leurs vœux par nos gouvernants dans l'émotion générale puissent exister et avoir les moyens d'agir à l'échelle du monde. Soyons réalistes : ne prétendons pas que le « nuage » s'est arrêté aux limites de*

*la Dordogne. Nous avons tous en exemple les premiers effets du ralentissement de l'activité et des pertes d'emplois qui en résultent. Ce qui n'empêche pas, heureusement, de voir des projets d'investissement se poursuivre dans les entreprises du département.*

*Dans cet environnement désorienté, je souhaite que le Conseil général demeure un repère fiable pour nos concitoyens, garant de la solidarité et des services publics. Mais la période sera difficile pour le Département aussi.*

### Les orientations budgétaires 2009 tiennent-elles compte de ce contexte ?

*Imaginerait-on de faire autrement ! Je l'ai dit en ouverture de nos travaux sur ces orientations : pour la première fois depuis la décentralisation de 1982, tous les Conseils généraux - et les départements*

*pauvres en particulier - sont menacés de devoir réduire leurs prérogatives. La crise y a sa part avec une baisse spectaculaire du produit des droits de mutation, traduction du ralentissement de l'immobilier. Sans doute un manque à gagner fiscal de 5 millions d'euros dès 2008. Une somme modeste au regard de notre budget mais qui nous aidait à amortir les transferts de charges dues aux vagues successives de la décentralisation. C'est une marge de manœuvre de moins alors que l'on s'attend à une baisse des aides de l'Etat et qu'une large part de nos dépenses est obligatoire (social, éducation, sécurité incendie, transports...) Pour ce qui concerne nos investissements, nous tâcherons de maintenir un rythme important mais nous aurons des choix à faire, des projets à reporter ou à étaler dans le temps.*

### Le Département pourra-t-il aider les entreprises ?

*Si l'on parle d'aides exceptionnelles dues au contexte de crise, il*

*faut admettre que nos marges de manœuvre sont limitées par nature. Cela étant, nous aurons, comme chaque année, un budget d'accompagnement des entreprises, confié à la direction de l'économie et de l'emploi. Il réunit trois types d'aides distinctes : les subventions au développement des entreprises, souvent versées en accompagnement des aides régionales, les aides aux projets des collectivités (zones d'activités, ateliers en crédit-bail) et les avances remboursables aux entreprises en difficulté. Ces coups de pouce ont aussi pour mission de faire effet de levier sur les organismes de crédit. Peut-être pourrions-nous, à l'intérieur d'une enveloppe globale, rééquilibrer notre budget d'action économique en faveur de ces avances remboursables. Mais il faut aussi que les mécanismes d'accès au crédit voulus par l'Etat fassent la preuve de leur efficacité et que le système bancaire fasse son vrai métier, qu'il soutienne l'économie.*

## ALAIN BERNAZEAU, Président de la Chambre de métiers et de l'Artisanat

### « Etre attentifs pour mieux anticiper »

Les difficultés sont encore peu affichées dans l'artisanat, mais les entrepreneurs s'attendent à subir le contre-coup des difficultés de leurs donneurs d'ordre, qu'il s'agisse des grandes entreprises ou des particuliers. La Chambre de métiers a mis en place une cellule d'accompagnement pour aider ses ressortissants à anticiper.

**Le plus gros de la crise est-il devant nous ?**  
*Nos baromètres l'indiquent clairement. La baisse des carnets de commande semble être l'indicateur le plus préoccupant. Au 3<sup>ème</sup> trimestre, le nombre de permis de construire déposé a chuté de 23% à l'échelle nationale. Si les pavillonneurs n'ont plus de chantiers à confier à la sous-traitance, nos plus petites entreprises vont souffrir. Soyons justes, les banques et le resserrement du crédit ne sont pas seuls en cause. Beaucoup de gens décident d'abandonner ou de retarder leurs projets de construction. C'est la même chose pour l'automobile où l'on voit bien que les gens attendent, même s'ils avaient l'habitude de changer régulièrement de voiture. Nous connaissons aussi cette année un recul marqué (-12%) du nombre de créations ou de reprises d'entreprises.*



#### Quelles attitudes préventives faut-il adopter ?

*Dans l'entreprise, il faut être attentif à l'évolution de la trésorerie, à un crédit clients qui augmenterait soudainement. Il faut contrôler la productivité en s'assurant que le chiffre d'affaires est bien en rapport avec le nombre*

*de salariés. Attention bien sûr aux échéances fiscales ou sociales et aux délais possibles de paiement. Je rappelle à nos ressortissants que nous avons une convention avec l'Urssaf pour aider les entreprises en difficulté. Repérer ces changements, c'est se donner la capacité d'anticiper sur les décisions à prendre. J'aimerais aussi que l'on fasse preuve d'un peu de solidarité. Certains ont plus de travail qu'ils ne peuvent en faire, peut-être peuvent-ils en abandonner un peu à d'autres.*

#### Le plan de financement de l'Etat vous convient-il ?

*Il est officiellement en place depuis le 14 novembre, avec plusieurs niveaux d'intervention : les banques, puis OSEO, puis le recours au médiateur national et à son représentant en Dordogne. Mais le premier niveau, ce sont les banques. Lors de l'installation de la commission de suivi par le Préfet, j'ai dit à l'unique représentant des établissements bancaires qu'ils avaient failli à leur devoir en faisant des placements à risque au lieu d'aider les entreprises à se développer. Pour les aides aux entreprises en difficulté, ils ne répondent pas toujours comme il le faudrait. Dans ce*

*suite page 6*

## ALAIN BRETTE, Président de la CGPME Dordogne

### « Plus solidaires, plus rigoureux »

Alors que les places boursières peinent à reprendre leur souffle, que les gouvernements dialoguent et que les multinationales se font peur, sur le terrain, « au bout de la chaîne », comme dit le président de la CGPME Dordogne, les moyennes et petites entreprises encaissent... Alain Brettes répond à nos questions.

#### Comment ressentez-vous ce contexte de crise ?

*Cette crise est internationale et elle est d'abord financière. Pourtant, on voit bien aujourd'hui que ce sont, au bout de la chaîne, les PME et même les TPE qui sont pénalisées. Ce n'est pas admissible parce qu'elles ne sont pas responsables de cette situation. C'est dommageable parce qu'on sait bien que, dans notre tissu économique, et c'est encore plus vrai en Dordogne, les PME sont les principales créatrices de richesse et d'emploi. Pourtant, elles sont fragiles parce qu'elles sont à la fois tributaires des donneurs d'ordre et des grandes entreprises pour qui elles travaillent en sous-traitance, des dépôts de bilan qui peuvent entraîner des créances impayées et des banques, lorsque les fonds propres sont insuffisants ou lorsqu'il faut investir.*

#### Les banques sont-elles au banc des accusés ?

*En période normale, il arrive que les banques soient frileuses dans leurs attributions de crédits... Mais il n'est pas question de jeter le « discrédit » sur elles. Ce sont des partenaires incontournables des PME et elles continueront à l'être. Pourtant, aujourd'hui, alors que le premier problème est bien l'accès au crédit, nous devons éviter des situations anormales qui verraient des entreprises saines, ayant un bon niveau d'activité, mises en danger par un désengagement ou un non engagement des banques. Actuellement, elles demandent des garanties trop importantes, garanties personnelles ou des hypothèques. Ce n'est pas normal parce que cela peut mettre en danger le patrimoine personnel du chef d'entreprise. Or, la loi ne le permet pas.*



#### Les prêts accordés diminuent-ils sensiblement ?

*Si l'on regarde le taux général d'encours en Dordogne, on peut considérer qu'il ne change pas tant que ça et que la crise ne nous touche pas encore trop. Mais c'est au cas par cas qu'il faut analyser cet indicateur. Et là, ça ne va plus. Dès septembre, notre syndicat a lancé une étude auprès de ses ressortissants pour essayer de mesurer les difficultés de financement rencontrées (lire encadré).*

#### Comment avez-vous réagi ?

*Les banques ne souhaitent pas vraiment que les refus ou réticences de financement soient*

*suite page 6*

suite de la page 5

contexte nouveau, j'attends de voir. Mais si j'ai connaissance d'un cas où les banques n'apportent pas l'aide que l'Etat et les entreprises attendent d'elles, je le dénoncerai.

### Quelles sont vos attentes à l'égard des pouvoirs publics ?

Nous avons mis en avant quatre mesures qui nous semblent de nature à répondre aux difficultés liées à la crise : des remboursements de TVA plus rapides ; l'élargissement des prêts à taux bonifiés actuellement réservés à la reprise – transmission d'entreprises ; une taxation moins lourde sur les bénéficiaires pour qu'ils puissent être réinvestis dans l'entreprise ; enfin, nous voudrions que les sociétés régionales de cautions mutuelles viennent en appui d'OSEO dont la direction régionale ne pourra peut-être pas faire face pour l'ensemble de la région. L'Etat s'est engagé à faire respecter les règles du jeu auprès des banques.

### Et à l'égard des collectivités locales ?

Surtout, que les banques ne leur ferment pas l'accès au crédit. La période des élections municipales puis du renouvellement des conseils municipaux et des communautés de

communes a déjà ralenti, parfois stoppé les commandes. Il en est toujours ainsi lors des années d'élections et cela peut se prévoir. Aujourd'hui, les investissements des collectivités doivent reprendre. Le maintien de la commande publique est une nécessité pour notre

économie, pour les artisans du BTP en particulier. En ce qui concerne le Conseil général et le Conseil régional, nous avons trouvé une oreille pour rechercher, en partenariat avec les sociétés de caution mutuelle, des mesures de soutien aux entreprises qui en auraient besoin.

## Une cellule d'accompagnement

Le Chambre a créé une cellule d'accompagnement pour venir en aide aux entreprises, quelle que soit leur taille, qui feraient part de leurs difficultés de financement auprès des banques. « C'est une action qui devient prioritaire pour l'ensemble de nos techniciens, » souligne Alain Bernazeau. Si la réaction de la Chambre a été rapide face aux premières difficultés annoncées, seuls quelques entrepreneurs se sont signalés pour l'instant.

Eric Boyer, cadre de la Chambre explique : « Si une entreprise souhaite être accompagnée, nous nous déplaçons, nous demandons les pièces comptables, les dettes, les créances s'il y en a. Nous analysons l'ensemble des éléments juridiques, fiscaux, sociaux. Puis nous faisons des préconisations en nous appuyant sur notre réseau de partenariat avec cinq établissements bancaires. Pour que notre action soit efficace, il faut tout mettre sur la table et installer un climat de confiance. Ce sont nos coordinateurs territoriaux qui vont en entreprise pour analyser les situations, en collaboration avec l'expert comptable de la société et avec l'expertise de nos techniciens. »

Autre atout de cette cellule, elle peut apporter un œil extérieur et neuf dans une relation parfois tendue entre l'entrepreneur et sa banque. Il semble que dans certaines situations, lorsque cet obstacle est levé, une partie du chemin est faite...

« Le partenariat tissé entre notre Chambre de métiers et de l'artisanat et nos partenaires bancaires est un facteur positif dans la situation actuelle. »

suite de la page 5

mises sur la place publique. Avant même que le préfet de la Dordogne mette en place le comité de suivi des mesures en faveur des PME, nous avons pu négocier et résoudre la moitié des cas mis en évidence par notre enquête. J'ai néanmoins informé la commission et le préfet de ces situations. La CGPME se réserve la possibilité de saisir les pouvoirs publics et, pourquoi pas les médias, face à des situations pour lesquelles nous ne trouverions pas de solutions.

### L'Etat a mis en place un dispositif de financement des PME ?

Il y a eu beaucoup d'effets d'annonces autour de l'accès au crédit pour les PME en difficulté. Le dispositif est effectivement mis en place. L'un des points très positifs est l'intervention d'OSEO qui doit garantir au moins 50% du prêt accordé. Ce qui soulage le chef d'entreprise, et rassure aussi beaucoup les banquiers... Il n'en demeure pas moins que ce dispositif de financement des PME reste compliqué. Nous pensons qu'il y a plus simple. C'est pourquoi nous soutenons un projet de loi qui doit favoriser cet accès au crédit.

### Quel est le climat chez vos ressortissants ?

Il est à la déprime, nous en avons des témoignages fréquents. Le syndicat a organisé il y a quelques semaines une réunion d'information pour aider les entrepreneurs à accéder aux marchés publics. La Ville de Bergerac a

lancé ses assises du commerce et de l'artisanat. Dans les deux cas, l'affluence a été moins importante qu'attendue. Pourtant, c'est le moment d'apprendre à travailler davantage collectivement, dans le commerce par exemple on peut se regrouper pour acheter, etc. On ne peut pas s'en sortir seul chacun dans son coin. Il faut faire évoluer l'état d'esprit, être solidaires. La mobilisation des pouvoirs publics est une bonne chose. On voit que tout le monde se mobilise. C'est aussi pour cela qu'il ne faut pas baisser les bras.

## Une enquête auprès des adhérents

Dès septembre, la CGPME a mené l'enquête auprès de ses adhérents pour mieux connaître l'évolution de leurs rapports avec les banques depuis que la crise est effective.

14 cas jugés « problématiques » ont ainsi été détectés : 7 entreprises se plaignant de délais trop longs d'attente de financement, 4 refus de crédits pour consolidation de trésorerie, 3 arrêts brutaux de pratiques qui avaient cours auparavant : facilités de caisse, autorisation de découvert.

7 cas sur 14 ont pu être résolus par la CGPME avec le concours de la direction régionale d'OSEO, l'intervention de conseils, etc.

### Qu'en sera-t-il de l'emploi ?

Nous avons fait des projections qui ne sont pas rassurantes. Le plus dur sera le premier semestre 2009, je pense que cela s'améliorera ensuite. Cette crise peut nous coûter une augmentation d'un point du chômage et donc faire remonter le nombre de chômeurs à 8 et 9% des actifs. Cela signifie sans doute plusieurs centaines d'emplois en jeu. Tôt ou tard, cela redémarrera, et nous embaucherons de nouveau. C'est pour cela que nous avons besoin de souplesse. La vie économique a toujours été faite de cycles.

### Y a-t-il des parades à la crise ?

Il faut souligner un point positif : beaucoup de PME en Dordogne sont innovantes et ont réussi à diversifier leurs productions ou leurs marchés. Elles ont souvent appris à le faire dans la douleur, face à une crise ou à un problème conjoncturel, mais c'est un acquis important. La crise nous oblige aussi à être plus rigoureux. On peut toujours regretter l'attentisme des banques, mais il faut reconnaître que lorsqu'elles hésitent à s'engager ou demandent des garanties, elles appuient bien souvent là où ça fait mal : la rigueur de gestion. Lorsque l'on parvient à traverser des épreuves importantes, on en ressort plus fort. Je peux citer ma propre expérience : dans l'entreprise que j'ai créée en 1978, nous avons affronté de sérieuses difficultés lors de la crise de 1992-1993, nous aurions pu disparaître. Mais c'est dans les années suivantes que nous avons réussi nos meilleurs bilans.

# CONSEIL GÉNÉRAL

## 15 ans d'action au service de l'économie et de l'emploi

Les liens entre les entreprises et le Conseil général sont nombreux et solides. Le Département est devenu un acteur majeur du développement économique. Cette action s'est développée dans le temps, avec pragmatisme, pour répondre à des attentes qui, elles aussi, ont évolué.

C'est en 1994 que se dessine la création d'une mission économique, appelée à mettre en œuvre les choix d'actions du Conseil général. Dans les compétences officiellement attribuées aux Départements, rien n'avait pourtant changé. Mais le contexte économique de l'époque est difficile, nombre d'entreprises traversent des difficultés et le Conseil général veut contribuer à une nécessaire redynamisation.

Bernard Cazeau, qui vient d'être élu à la tête du Département, appelle un homme issu du monde de l'entreprise, Daniel Fenaux, pour organiser ce qui va progressivement devenir la Direction de l'économie et de l'emploi. On pense alors en priorité à l'accompagnement des entreprises, avec des moyens techniques et humains, pour leur ouvrir des portes, les aider au montage des dossiers d'obtention d'aides publiques de l'Etat ou de la Région. Il faudra aller plus loin, c'est ainsi que naîtra l'avance remboursable, un soutien financier



L'action économique du Conseil général a évolué du soutien aux entreprises en difficulté à l'accompagnement des projets de développement.

toujours en vigueur aujourd'hui, qui permet de faire face à une étape difficile ou d'accompagner une restructuration.

### DES AIDES DIRECTES

A cette priorité défensive, réponse à une nécessité, succède à partir de 1997 un enga-

gement plus offensif au service du développement des entreprises et de l'emploi.

L'action s'étend, sous une autre forme, au secteur public et associatif, puisque le service va être chargé de suivre la création des emplois jeunes, de coordonner leur accompagnement et de permettre ainsi à une génération de faire ses preuves (1500 jeunes y trouveront leur premier emploi). Ce qui se traduira, regain économique aidant, par des débuts de carrières réussis et par la pérennisation de la grande majorité de ces emplois. Parallèlement, il faudra aussi faire évoluer le cadre administratif de l'action économique du Département pour qu'il puisse servir des aides directes aux entreprises. Cela passera par des conventions avec l'Etat, puis la Région.

Pour Serge Fourcaud, vice-président du Conseil général en charge de l'économie et de l'emploi : « C'est indispensable pour l'économie de la Dordogne, principalement faite d'un tissu de petites entreprises qui, sans cela, seraient exclues du champ de l'aide publique. L'Etat se concentre sur le soutien à l'innovation des grandes entreprises, la Région a pour cible prioritaire les PME de 50 salariés et plus. Les entreprises situées sous ce seuil ne peuvent compter que sur nous, en dehors évidemment de l'action des communautés de communes et d'agglomérations qui aména-



Le Département intervient financièrement dans la création de toutes les zones d'activités, communale ou intercommunale.

suite page 8

gent les zones d'activités et financent en crédit-bail la construction de l'immobilier d'entreprise. »

**LE DÉPARTEMENT ET LES ZONES D'ACTIVITÉ**

Le Conseil général est la seule collectivité qui participe au financement de tous les types de zones d'activités : il co-finance avec la Région et l'Etat les zones d'intérêt départemental situées le long des grands axes routiers et autoroutiers, il est le premier financeur des zones intercommunales ouvertes sur les sites stratégiques des communautés de communes ou des cantons, il est le seul à soutenir les zones artisanales des communes. S'il est bien évident que certains secteurs sont jugés plus porteurs que d'autres pour les entrepreneurs, et c'est évidemment à eux de choisir le lieu où ils vont créer et prendre des risques, l'action du Conseil général a une autre préoccupation, rappelée par Serge Fourcaud : « *L'aménagement équilibré du territoire : « Nos aides rétablissent un équilibre entre les projets de zones d'activité. Elles sont calculées à partir des prix moyens du marché et du prix de vente envisagé par la collectivité locale. »*

**LE NIVEAU D'ÉQUIPEMENT INDUSTRIEL MAINTENU**

Si la perte d'emplois où, à l'inverse, les projets intégrant de nombreux recrutements font la « Une » de l'actualité, l'action en faveur du développement économique doit se mesurer autrement, et avec le recul nécessaire. L'exemple de la chaussure est significatif. « *Il y a 20 ans, note Daniel Fenaux, cela représentait près de 10 000 emplois chez les fabricants ou les sous-traitants. Il en reste environ un millier. Mais, globalement, nous sommes toujours au même niveau d'emplois industriels. Ce qui veut dire que ces pertes d'emplois ont été compensées par le développement d'entreprises existantes ou la création d'activités nouvelles, et que le niveau d'équipement industriel de la Dordogne a été maintenu. Le Conseil général y a pris sa part. »*

**Richard Cabedoce rejoint la direction de l'économie**

Le nouveau directeur adjoint du service de l'économie et de l'emploi (en remplacement d'Isabelle Dubec recrutée par la Ville de Bergerac) n'est pas un inconnu pour les entrepreneurs périgourdins. Richard Cabedoce a exercé durant 20 ans à la CCI de Périgueux et de la Dordogne, responsable successivement des activités industrie et tourisme, puis du suivi des dossiers de développement des entreprises. Des dossiers et des interlocuteurs qu'il a retrouvés, depuis octobre, dans cette nouvelle mission de développement économique, avec un autre regard cependant : « *On est ici au plus près du financement et de l'accompagnement des projets, en collaboration très étroite avec la Région puisque Département et Région coordonnent leurs aides et leurs interventions. »*



Daniel Fenaux et Richard Cabedoce

**Vos interlocuteurs**

**Daniel Fenaux**  
*Directeur de l'économie et de l'emploi*  
 05 53 45 48 10  
 d.fenaux@dordogne.fr

**Richard Cabedoce**  
*Directeur-adjoint*  
 05 53 45 48 09  
 r.cabedoce@dordogne.fr

**Aurélien Grasset**  
*Assistante de direction chargée de l'accueil et du suivi des dossiers d'investissements*  
 05 53 45 48 10  
 a.grasset@dordogne.fr

**Virginie Jarry**  
*Assistante de direction, suivi de la coordination*  
 05 53 45 48 20  
 v.jarry@dordogne.fr

**Pascale Roussie**  
*Assistante de direction, promotion du Département (salons professionnels, Internet)*  
 05 53 45 48 13  
 p.roussie@dordogne.fr

**CHARGÉS DE MISSION ENTREPRISES**

**Fabien Delmarès**  
*Chargé des PME/PMI, statistiques, cartographie des zones d'activités*  
 05 53 45 48 16  
 f.delmares@dordogne.fr

**Jean-Claude Charbonnet**  
*Chargé des PME, commerce, artisanat*  
 05 53 45 48 12  
 jc.charbonnet@dordogne.fr

**Jean-Marie Deglane**  
*Chargé des créations d'entreprises, bourse BICE, aide au recrutement d'agents d'encadrements dans les TPE.*  
 05 53 45 48 18  
 jm.deglane@dordogne.fr

**MISSION ENTREPRISES EMPLOI-FORMATION**

**Paul Salamay**  
*Chef de service*  
 05 53 45 48 24  
 p.salamay@dordogne.fr

**Fabrice Boniface**  
*Chargé du CI-RMA, secteur Périgueux/Nontron*  
 05 53 45 48 74  
 f.boniface@dordogne.fr

**Gérard Gauthier**  
*Chargé du CI-RMA, secteur Terrasson/Sarlat/Bergerac*  
 05 53 45 48 75  
 g.gauthier@dordogne.fr

**Claudine Pichardie**  
*Gestion administrative des contrats CI-RMA*  
 05 53 45 48 11  
 c.pichardie@dordogne.fr

**ADMINISTRATIF ET FINANCIER**

**Sylvie Imberty**  
*Chef de bureau, préparation du budget, suivi des paiements, mandatement*  
 05 53 45 48 23  
 s.imberty@dordogne.fr

**Sonia MOZE**  
*Préparation de la commission permanente, suivi administratif et financier*  
 05 53 45 48 19  
 s.moze@dordogne.fr

**Direction de l'Economie et de l'Emploi**

28 cours Tourny à Périgueux  
 adresse postale :  
 Conseil général, 2 rue Paul-Louis-Courier, 24019 Périgueux cedex.  
 Tél. : 02 43 45 48 10  
 Fax : 05 53 45 48 25  
 E-mail : d.fenaux@dordogne.fr

# L'INTELLIGENCE ECONOMIQUE, ÇA S'APPREND :

## Un programme pilote est proposé aux entreprises de Dordogne

Détenir la bonne information au bon moment est un enjeu capital pour l'entreprise. Qu'il s'agisse d'une information trouvée là où personne ne la cherchait ou d'une information que l'on a su protéger de la concurrence. Cette maîtrise de l'information, c'est l'intelligence économique. Elle n'est pas réservée aux grands groupes internationaux, nos petites et moyennes entreprises en ont besoin. Elles peuvent y avoir accès. Plus que de moyens et d'outils technologiques sophistiqués, c'est d'abord une question de méthode. Avec l'aide du Conseil général et de la DRIRE, la CCI de la Dordogne développe actuellement le programme **Maîtrises Dordogne Entreprises** pour aider les petites entreprises à mieux s'informer et à protéger leurs informations. C'est une opération pilote en Aquitaine.

« La décision de créer un service dédié à l'Intelligence économique a été prise au moment de la fusion des CCI de Périgueux et de Bergerac, explique Annie Teyssou-Chièze qui dirige ce service à la CCI de la Dordogne. C'était une préoccupation de plus en plus

affirmée par les entreprises industrielles. Nous avons, dans un premier temps, consolidé nos observatoires (industrie, commerces de plus de 300 m<sup>2</sup>, les flux de l'aéroport de Bergerac) et nos systèmes d'information, puis organisé une veille sur des sujets inté-

ressant tous les types d'entreprises comme l'accompagnement juridique. »

Le programme Maîtrises Dordogne Entreprise est une seconde étape : « Il est plutôt orienté vers les petites entreprises pour leur donner des outils simples, des comportements, des habitudes qui les aideront à protéger leur information et à aller chercher celle dont ils ont besoin. Notre objectif est de leur apporter une méthodologie concrète et pratique, utilisable au quotidien. »

Maîtrises a été lancé au début de l'année et doit durer deux ans. Titulaire d'un master « Intelligence économique et management des organisations », Hélène Langlois a été recrutée par la CCI pour animer ce programme. Une consultation a permis de retenir l'expertise du cabinet Vigilances qui a déjà une solide expérience de ce type de projets (lire pages suivantes).

### 12 ateliers thématiques

Mieux maîtriser son information en impliquant chacun, analyser les vulnérabilités de l'entreprises, réussir son salon, analyser la presse et collecter l'information efficacement, créer et développer son réseau relationnel au quotidien, ... douze ateliers mensuels d'une durée de trois heures seront proposés dans les deux ans. C'est la première action collective – et gratuite – du programme :

suite page 10



« A chaque fois, nous abordons une thématique différente, précise Hélène Langlois. Certains entrepreneurs préfèrent venir régulièrement, d'autres ne retiennent que le sujet dont ils estiment avoir le plus besoin. Nous accueillons en moyenne de dix à vingt personnes par atelier parce que l'objectif est

aussi que les participants discutent entre eux, chacun pouvant aussi expliquer quelles pratiques il a adoptées. »

Les échos de ces ateliers sont positifs, si l'on en juge par les témoignages recueillis (lire page 10). Ces ateliers ont débuté au printemps et se poursuivent en 2009.

Autre élément d'information, de témoignages, d'échanges : une lettre mensuelle d'information est diffusée par la CCI. Elle comporte des témoignages d'entrepreneurs, un dossier thématiques, des fiches pratiques et des rubriques : veille sociétale, manage-

suite page 13

## TÉMOIGNAGES

**Qu'est-ce qui a motivé leur participation à un des ateliers proposés par la CCI sur ce thème de l'intelligence économique ? En ont-ils retiré des enseignements ? Nous avons interrogé plusieurs dirigeants ou cadres d'entreprises.**

### « Nous sommes aussi des Monsieur Sécurité »



**Hervé Linarès, directeur industriel chez Bouchillou Alkya (Bergerac), société de peintures pour l'industrie et le bâtiment :** « Je suis un ancien de Thales, très sensibilisé à l'intelligence économique. Mais on n'a pas encore suffisamment cette culture dans les PME où il y a pourtant des choses importantes à préserver. En premier lieu, nos systèmes informatiques. Beaucoup d'informations y circulent sans être suffisamment protégées. On oublie que ces informations, souvent sensibles, restent accessibles.

Nos formules de peinture, par exemple, ne sont pas anodines. La pertinence de ces formules fait la qualité de nos produits. Elles sont donc à protéger. J'ai découvert avec étonnement que chaque année, 25% des entreprises connaissent des « visites électroniques ».

En PME, nous ne sommes pas nombreux à partager les responsabilités. Les cadres doivent donc garder à l'esprit qu'ils sont aussi des « Monsieur Sécurité ». Cela suppose par exemple de vérifier si nos PC sont bien verrouillés, si le code d'accès n'est pas écrit sur un post-it en bas de l'écran... Nous devons rappeler à nos collaborateurs qu'il y a des gens qui nous regardent et qui s'intéressent à ce que nous faisons. »

### « Décortiquer des comportements basiques »

**Rebecca Heymann, responsable de production chez DXL, société de façonnage travaillant pour les éditeurs et les imprimeurs :** « Participer à ce type d'ateliers nous permet de nous extraire de l'entreprise pour la regarder autrement, de décortiquer des comportements basiques pour mieux mesurer nos vulnérabilités.

Je prends l'exemple des chauffeurs qui viennent livrer les produits sur lesquels nous allons travailler. Nous ne savons pas quels contacts ils entretiennent avec nos concurrents, mais ils ont accès au cœur de l'entreprise. On aura tendance à se méfier d'un représentant, pas d'un chauffeur...

Nous avons tenu compte de cela en aménageant un accès particulier dans de nouveaux locaux où nous avons créé un poste de magasinier qui canalise les livraisons.

La réflexion sur les réseaux auxquels on appartient permet de voir comment les réseaux personnels et professionnels peuvent interférer et quelles conséquences cela peut avoir.

C'est toujours intéressant d'entendre les expériences d'autres entreprises.

Les intervenants étaient de qualité. Ils répondaient aux questions et ont su s'adapter aux entreprises qui étaient représentées. »

### « Corriger des erreurs de comportements »



**Jean-François Frère, fondateur de Perle d'Eau (Thenon), société créatrice de piscines, spa, sauna, et d'équipement de récupération des eaux :** « Quand on crée son activité, même si l'on vient d'une grande entreprise, on ne sait pas tout... Et la protection de l'information n'est pas la chose à laquelle on pense en premier lorsque l'on veut se faire connaître.

Ces ateliers sur l'intelligence économique sont très concrets, avec des expériences partagées.

Ils m'ont apporté énormément et m'ont permis de corriger des erreurs de comportements, des choses parfois très simples, mais qui peuvent être lourdes de conséquences.

Ces préoccupations sont importantes lorsque l'on est en phase de développement.

Nous avons des contacts, des partenariats dans de nombreux domaines, il est nécessaire d'avoir une stratégie pour protéger son entreprise. »

### « Montrer les produits et se protéger en même temps »

**Fabienne Barbaro est responsable commerciale chez Marquet, la fabrique d'articles chaussants de Villars, connue pour ses chaussons personnalisés :**

« Dans une activité industrielle aussi concurrentielle que la nôtre, nous devons être très vigilants. Nous avons déjà suivi des formations en interne sur l'intelligence économique... J'ai donc retrouvé un certain nombre de choses qui ont conforté mes connaissances dans ce domaine, mais c'était intéressant d'avoir le point de vue de petites entreprises, artisanales notamment, qui découvraient ces notions.

Nous sommes toujours dans cette ambivalence : nous sortons une collection que nous devons montrer, mais en même temps il faut se protéger. Nous déposons beaucoup de nos créations auprès de l'INPI, mais cela ne nous protège pas à l'international, de la concurrence chinoise notamment.

L'entreprise utilise beaucoup les salons professionnels pour tester ses nouveaux produits et pour observer, imaginer quels produits complémentaires nous pourrions développer. »



# Bernard Moulinet (Kimo)

## « Se poser les bonnes questions »

**Dans les plus grandes entreprises du département, l'intelligence économique et la protection des informations sont une préoccupation constante. Les moyens et les enjeux ne sont pas les mêmes que dans une petite entreprise de production. Bernard Moulinet, PDG de Kimo à Montpon, répond à nos questions.**

**Comment protège-t-on un produit nouveau ?**  
Sur certains projets stratégiques, comme un nouveau concept de mesure de vitesse pour

un logiciel en interne, nous y mettons les clés nécessaires pour protéger nos sources. La carte électronique et les composants critiques sont rendus anonymes.

### Comment s'assurer de la confidentialité ?

La création d'un produit, c'est un assemblage de savoir-faire piloté par une direction technique. Il n'est pas illogique que les gens appelés à protéger l'identité des composants soient soumis à des clauses de confidentialités et d'exclusivité. Nos techniciens ont conscience des responsabilités liées à leur mission. L'un des dangers auxquels on ne pense pas toujours, ce sont les chasseurs de tête. Il n'est pas nécessaire, lorsque l'on communique, de détailler les

face de l'entreprise (lire ci-contre). Il est évident que la circulation des visiteurs et des personnels a été une donnée importante de la conception du projet.

### Comment atteindre le bon niveau de protection ?

C'est une question d'appréciation. Lorsque le visiteur est un client, ou un client potentiel, on lui fera visiter l'entreprise, mais on ne s'attardera pas partout... En fait, il faut se poser les bonnes questions : qu'est-ce que je dois vraiment protéger ? De qui et de quoi ? Et ne pas répondre seulement de son propre point de vue. Nous en avons fait l'expérience : plus l'entreprise grandit, plus certaines choses nous paraissent anodines. Mais elles ne le sont pas pour tout le monde...

### Le risque d'en faire trop existe-t-il ?

Je connais une entreprise à Toulouse où, lorsque l'on reçoit certains clients, les portes sont fermées à clé... Il faut relativiser et j'y suis très attentif. Tout sacrifier à une protection extrême reviendrait à mettre en péril la première force de l'entreprise qui est sa dimension humaine. Si nous n'étions plus une entreprise qui sait entretenir sa convivialité et un certain climat de travail, cela se retournerait contre nous. Mais il faut former nos cadres et nos techniciens à une certaine vigilance.

### Comment, à l'inverse, allez-vous chercher les informations ?

D'abord, il existe une information disponible dans les revues techniques, sur internet, dans les conférences ou les débats, etc. Il faut rassembler cette information et donner à nos techniciens les moyens d'exercer une veille sérieuse en scrutant attentivement cette documentation. L'activité commerciale et marketing recueille auprès de notre clientèle une masse d'informations qui fait l'objet de points réguliers. Cela remonte jusqu'à la direction et peut orienter ou conforter nos décisions. Mon associé Calogero Termini et moi, nous avons aussi nos antennes... Prenons l'exemple des diagnostics immobiliers désormais exigés pour vendre une maison. Bien avant que les lois correspondantes ne soient votées, nous avons compris qu'il faudrait des appareils de mesure adaptés. Et nous avons anticipé. Cela dit, il y a une règle avec laquelle nous ne transigeons pas : nous n'utilisons que des informations obtenues dans les règles de l'art, c'est-à-dire en toute légalité.

## Le prix de l'innovation pour Bernard Moulinet

« C'est une distinction qui m'a fait grand plaisir parce qu'elle reconnaît que la dimension humaine est vraiment la force de l'entreprise ». A l'automne, à Brive, devant un parterre d'entrepreneurs, Bernard Moulinet a reçu le prix de l'innovation, lauréat parmi 27 nominés du grand Sud-Ouest, pour le Prix de l'entrepreneur de l'année 2008. Ce prix, animé par le cabinet Ernst & Young et le journal L'Entreprise récompense chaque année les dirigeants les plus performants.



Airbus, nous déposons des brevets, mais nous ne pouvons pas le faire pour tout, et cela ne nous protège pas dans le monde entier... Dès qu'un produit est sur le marché, on ne peut plus en cacher grand chose. La concurrence peut se le procurer, comme n'importe quel client, le décortiquer, le copier, en tirer des développements différents... Ce n'est donc pas le produit qu'il faut protéger, mais tout ce qui s'est passé avant, tout ce qui nous a permis d'arriver au produit, de l'idée aux composants utilisés. Lorsque l'on développe

compétences des uns et des autres...

### L'entreprise est-elle ouverte ?

Nous prenons quelques précautions. Les visiteurs sont badgés, accompagnés. Chaque responsable de service informe la direction de la venue de telle personne. Cela nous met parfois la puce à l'oreille... Il peut arriver que l'on cache discrètement des visuels ou des documents qui peuvent indiquer sur quoi nous travaillons. Pour faire face à notre croissance et produire pour de grands donneurs d'ordre, nous allons presque doubler la sur-

## Kimo-KGF, une surface doublée à Montpon

Né en 1979, Kimo conçoit, fabrique et commercialise des instruments de mesure pour le contrôle et la surveillance de l'air. Les applications de l'électronique et la maîtrise successive de nouveaux paramètres de mesure (température, humidité, vitesse et débits d'air) ont servi les innovations de l'entreprise dont les appareils de mesure, fixes ou portables, équipent les bureaux techniques, les organismes de contrôle et les industries. L'entreprise a investi le marché de l'aéronautique ces dernières années. Elle réunit une direction commer-

cial à Paris, un réseau d'agences commerciales en France et un réseau de distributeurs à l'export. Une forte croissance (de l'ordre de 15 à 20%) en moyenne, de nouvelles gammes de produits, ont conduit Kimo à envisager une extension très importante. Sur son site de Montpon, l'entreprise s'était agrandie de 1800 m<sup>2</sup> à 4000 m<sup>2</sup> en 2005 (voir le n°13 de l'Economie en Dordogne, juin 1985). On ne sera pas loin des 8000 m<sup>2</sup> lorsque cette nouvelle étape du développement de Kimo sera achevée.

Outre l'ensemble des services de Kimo, le site de la zone industrielle de Montpon, à deux pas de l'échangeur autoroutier, abrite la direction du groupe KGF à qui appartient Kimo et que préside également Bernard Moulinet, ainsi que les locaux d'Eurotron (pyrométrie infrarouge et calibrateurs haute précision). KGF réunit également la société Akoos à Toulouse (instrumentation acoustique) et l'entreprise Taulou à Bergerac (fabrication de moules pour l'injection plastique).

Kimo, c'est aujourd'hui 207 salariés et un chiffre d'affaires de 17,5 millions d'euros.

suite de la page 10

ment, benchmarking, développement international. Cette lettre éditée avec le concours du Conseil général et de la DRIRE est gratuite, il suffit de demander pour la recevoir.

« Une stratégie pour être plus compétitif »

A ces actions collectives s'ajoute une dimension individuelle, un accompagnement conduit là où il sera efficace : au cœur de l'entreprise.

« Les entreprises n'ont pas toujours conscience des risques auxquels elles s'exposent, ni de ce qu'elles pourraient changer pour devenir plus compétitives. Beaucoup de dirigeants sont en réflexion sur ces questions, mais les exigences de la conduite de l'entreprise ne leur laissent pas le temps de s'y investir vraiment. Nous nous proposons de les aider à définir une stratégie pour améliorer leur compétitivité : comment faire pour que cela devienne une priorité quotidienne. »

Il ne s'agit pas de transférer une méthode unique et universelle. « Cet accompagnement se fait sur le terrain et commence évidemment par un état des lieux. Nous voyons comment l'entrepreneur et ses collaborateurs se comportent au quotidien face à l'information, les outils de protection et de collecte dont ils disposent. Ce n'est qu'à partir de ces constats qu'une méthodologie adaptée pourra bien répondre aux besoins. »

Cet accompagnement repose évidemment sur le dialogue. Le temps moyen d'intervention jugé nécessaire est de l'ordre de trois demi-journées. Cette prestation individuelle est payante, mais les tarifs sont modérés.

Contact CCI : 05 53 35 80 22.  
H.LANGLAIS@dordogne.cci.fr

Les prochains ateliers

Voici les ateliers qui seront proposés aux entreprises dans les prochains mois :

- 1 atelier en collaboration avec l'INPI « Marque et brevet : outils de collecte et de protection de l'information »
- Evaluer ses risques et gérer une crise
- Connaître ses concurrents et partenaires : identifier leur stratégie grâce à l'information légale
- Analyser l'information et la valider pour éviter les risques de désinformation
- Développer une stratégie gagnante : savoir anticiper pour prendre les bonnes décisions
- Protéger son capital immatériel : comprendre collectivement les enjeux stratégiques de l'entreprise
- Le développement international : détecter de nouveaux marchés et s'ouvrir à l'international

Franck Tognini

« Ni naïfs, ni paranos, vigilants ! »

Pour l'accompagner dans son programme « Maîtrises », la CCI de la Dordogne a choisi le Réseau Vigilances, basée à Lille, qui se veut « Laboratoire d'initiatives et de conseils pour accompagner les dirigeants de PMI-PME et les collectivités territoriales à l'Intelligence économique. »

Ancien responsable des programmes européens au Conseil régional Nord-Pas de Calais, titulaire d'un DESS Ingénierie de l'intelligence économique et d'un diplôme universitaire Intelligence stratégique, Franck Tognini est, depuis 2003, le fondateur et le directeur général de Vigilances. Il anime à Périgueux les ateliers du programme « Maîtrises ».

Le Conseil général de la Dordogne, partenaire financier de cette action, lui a demandé, pour les chefs d'entreprise périgourdins, lecteurs de l'Economie en Dordogne, d'établir les 24 règles d'or de la « Vigilance Attitude » (lire contre). Franck Tognini évoque l'esprit de ces 24 règles d'or :

« C'est le fruit de l'expérience ! Nous sommes de plus en plus informés et nous avons de plus en plus de mal à gérer cette information. Pourtant l'information est déterminante pour créer, innover et s'adapter. Une entreprise mal informée est condamnée. On ne trouvera pas la solution en se plongeant dans le tout technologique, mais en revenant à des réflexes simples face à des situations auxquelles nous sommes confrontés tous les jours. Comment être moins, mais mieux informé, c'est ça la « vigilance attitude ».

Pour recueillir la bonne info, il faut être positif, offensif. Nous appartenons tous à des réseaux amicaux ou professionnels, nous participons à des salons. Ce sont les



meilleurs moyens, à peu de frais, d'être bien informés. En sommes-nous conscients ? Il faut aussi redécouvrir les richesses internes à l'entreprise, les compétences qui sont là et que l'on n'utilise pas suffisamment. C'est la « management attitude », on fait collaborer, participer.

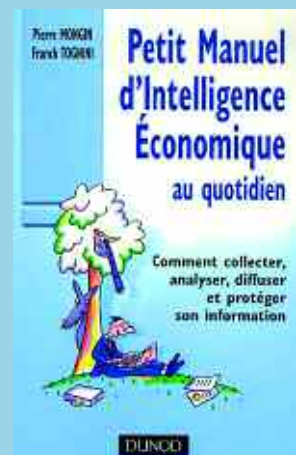
Enfin, la valeur de l'entreprise est de plus en plus immatérielle. Il y a des pertes quotidiennes d'informations. Je propose de petits réflexes de prudence, simples, que l'on peut adopter dans l'entreprise ou dans son environnement.

En résumé, ces 24 règles doivent vous aider à regarder autrement votre rapport à l'information. Ne soyons ni naïfs, ni paranos, mais tout simplement vigilants. Des règles élémentaires de prudence doivent être observées. Dans le même temps, soyons curieux, soyons à l'affut ! »

Petit Manuel d'Intelligence Économique

« Prendre les transports en commun, recruter un stagiaire, participer à un salon, accueillir des prestataires, autant de situations apparemment anodines derrière lesquelles se cachent des possibilités d'obtenir ou de se faire voler de l'information. »

Franck Tognini est le co-auteur, avec l'universitaire Pierre Mongin, du « Petit manuel d'intelligence économique au quotidien » (Editions Dunod) qui se veut résolument pratique. [www.dunod.com](http://www.dunod.com)



# Les 24 Règles d'Or de la « Vigilances Attitude »

## Pour une MAITRISE QUOTIDIENNE DE SON INFORMATION

### L'Offensive

#### La « Réseau Attitude »

- 1 Adhérer à des clubs d'entreprises et autres groupes (clubs sportifs, associations, ...).
- 2 Communiquer à son entourage de confiance ses besoins en informations
- 3 Identifier, lors d'une première rencontre, comment et quand reprendre contact
- 4 Appliquer la règle que la qualité d'un réseau repose sur la diversité de ses membres.

#### La « Salon Attitude »

- 5 Surfer sur le site de ses concurrents qui vont participer à un salon pour connaître leurs nouveautés
- 6 Demander aux collaborateurs qui ne vont pas sur le salon quelles sont les informations qu'il serait bon de collecter
- 7 Ne pas hésiter à « provoquer le hasard » en participant à des manifestations, show, conférences, table-rondes, ...
- 8 Essayer de participer à d'autres salons que celui de son secteur pour voir les innovations

#### La « Management Attitude »

- 9 Aborder chaque collaborateur non seulement à travers ce qu'il fait mais aussi ce qu'il sait
- 10 Se rappeler que la majorité des informations recherchées à l'extérieur sont déjà présentes au sein de l'entreprise.
- 11 Développer la capacité d'étonnement du plus grand nombre en remontant les informations écrites et orales
- 12 Permettre à ceux qui veulent s'exprimer et proposer des idées puisse le faire dans un climat de confiance et de reconnaissance

### La Défensive

#### Au sein de votre entreprise

- 1 S'assurer, avant de prendre un stagiaire, de l'exactitude de son CV
- 2 Limiter l'accès aux informations stratégiques auprès des publics temporaires.
- 3 Rappeler à vos collaborateurs les risques de fuite qu'ils peuvent commettre involontairement.
- 4 Veiller à l'actualisation régulière des protections informatiques, couplée d'une sensibilisation continue des collaborateurs.

#### Après de votre entreprise

- 5 Etre en meilleurs termes possibles avec vos fournisseurs et n'hésitez pas à contractualiser avec eux.
- 6 Sensibiliser ses collaborateurs sur la raison véritable d'offres d'emploi exceptionnelles.
- 7 Identifier les liens de ses partenaires avec ses concurrents et adapter sa communication en conséquence.
- 8 Surveiller régulièrement la notoriété de son entreprise (marque, image, produits...).

#### Lors de vos déplacements

- 9 Former l'ensemble de vos collaborateurs à la discrétion, notamment dans les lieux publics et lors des salons.
- 10 Rappeler à l'ensemble des collaborateurs que les transports sont aussi des occasions de capter des informations sur votre entreprise.
- 11 Expliquer à vos collaborateurs que tout endroit public peut être fréquenté, voire recherché, par les concurrents.
- 12 Rappeler qu'il est bon de « voyager léger », en n'emmenant que les informations strictement utiles au déplacement.

## TERRASSON-LAVILLEDIEU

## Marbrerie Veyssière, pour le bâtiment et la décoration

De la marbrerie funéraire à la menuiserie de la pierre, c'est le chemin parcouru par cet atelier de marbrerie qui a été l'un des premiers à diversifier ses activités et à adapter ses savoir-faire.

L'entreprise est jeune encore (1992), même si elle est issue d'une tradition familiale. Son savoir-faire, uniquement tourné vers le funéraire à l'origine, s'exprime dans le bâtiment et la décoration : les salles de bains d'abord, puis les cuisines, les cheminées (partenariat avec le réseau Ruegg) et tout ce qui relève de la « menuiserie de la pierre », les escaliers, les tables, les dallages d'intérieur et d'extérieur, les façades, les aménagements de magasins.

« Il a fallu former des gens, retrouver des compétences, mais heureusement que l'on s'est diversifié assez vite... » soulignent David et Pascal Veyssière co-gérants de « L'atelier de marbrerie Georges Veyssière », formé par l'entreprise Georges Veyssière, à Terrasson, et Décomarbre, antenne ouverte à Feytiat en Haute-Vienne.



Adapter l'outil de production et le parc machines aussi : c'est la 3<sup>ème</sup> fois que l'entreprise présente au Conseil général un dossier de soutien à l'investissement.

## Un hôtel à l'île de la Réunion

Les cuisines représentent aujourd'hui le premier marché de l'entreprise. De 5 à 600 ensembles en pierre ou en granit sont réalisés chaque année pour les grands cuisinistes du marché.

Pour le bâtiment, la décoration, l'entreprise travaille aussi bien avec les particuliers du secteur qu'avec les artisans et architectes d'une grande « région » qui va de Bordeaux à Toulouse et Poitiers : « Nous avons également quelques chantiers en région parisienne. Nous avons même aménagé un hôtel sur l'île de la Réunion, mais ça reste exceptionnel. » Pour s'informer, se faire connaître, l'entreprise a adhéré au groupement national des

Marbriers Façonniers : « C'est une source d'information très utile, pour les achats notamment, et c'est bien de ne pas être seuls, parce que nous ne sommes pas très nombreux à fabriquer ce type de produits. »

Autre gisement d'informations, les plus grands salons européens du marbre, notamment celui de Vérone. C'est là qu'apparaissent les nouveautés, qu'il s'agisse de matériels, de techniques ou de produits. Pour sentir les tendances, imaginer comment les savoir-faire de la marbrerie vont pouvoir les utiliser, le Salon du meuble et du design de Milan est aussi un rendez-vous important : « Nous évoluons avec les modes, » rappelle M. Veyssière.

Pour les dallages par exemple, l'atelier a été l'un des premiers à proposer des sols à l'ancienne, usinant les pierres avec une technique particulière pour les « vieillir ».

Le granit utilisé vient le plus souvent du Brésil, acheté en gros ou demi-gros et livré à la marbrerie en tranches semi-ouvrées : « Il est nécessaire d'avoir du stock pour répondre facilement à la demande, car cette capacité de réaction et d'innovation est aussi ce que l'on demande à des entreprises comme la nôtre. »

Les pierres calcaires sont extraites en France ou au Portugal et les produits de synthèse sont fabriqués par Dupont de Nemours.

L'atelier de marbrerie emploie 12 personnes à Terrasson et 5 à Feytiat : « ce sont vraiment



Les techniques les plus modernes au service d'un artisanat millénaire.

des artisans, qui peuvent faire du « sur mesure », aller relever des cotes, poser... Nous maîtrisons des techniques particulières comme le montage en coupe d'onglets qu'aucune machine, même nos machines à commande numérique, ne peut réaliser. »

Certains marbriers ont été formés au sein de l'entreprise qui est en lien avec une école spécialisée située dans le Tarn. L'atelier recrute aussi par le biais des Compagnons du Tour de France.



Granit, pierre et marbre sont devenus des éléments forts de la décoration d'intérieur.

## CAMPAGNAC-LÈS-QUERCY

## Phima, autonomie et innovation pour créer ses cuisines

**Inova Cuisine est la première marque de meubles de cuisine créée en France depuis 20 ans. C'est l'œuvre d'une PME périgourdine, Phima Industrie, qui a choisi de s'épanouir à Campagnac-lès-Quercy.**

« Je suis né ici ». Chez certains, cela expliquerait l'achat d'une résidence secondaire ou le retour aux sources au moment de la retraite. Chez Philippe Martegoutte, ce fut un choix de vie.

Ici, c'est Campagnac-lès-Quercy. On est encore en Dordogne, à la limite du Lot et du Lot-et-Garonne. Discrets, bien que situés sur les hauteurs, les ateliers et les bureaux de l'entreprise Phima dominent un panorama infini. En contre-bas, un peu plus loin, le bourg (300 habitants) avec son multiple rural, son restaurant, son ancienne école, construction imposante de plusieurs niveaux, transformée en logements.



Rester au pays n'exclut pas l'ambition : Philippe Martegoutte a créé une entreprise et une marque.

L'activité de l'entreprise et le renouveau du bourg sont intimement liés, et le développement de l'usine se traduit par l'arrivée de nouveaux habitants. Des gens sortis des villes du sud-ouest pour trouver un travail et un cadre de vie à la campagne, mais aussi des salariés venus du Nord de la France où leurs compétences (dans la maintenance notamment) ne trouvaient plus à s'employer. Comme eux, les jeunes du pays entrés chez Phima sont conscients de partager le destin d'une entreprise qui se veut « familiale et indépendante. Elle s'est construite comme ça

et je ne sais pas faire autrement » commente Philippe Martegoutte. L'entreprise emploie 40 personnes, ayant 36 ans de moyenne d'âge et un niveau de formation élevé : le bac pro pour un tiers de l'effectif, des études supérieures pour un autre tiers...

Même s'il y avait sur le même site l'atelier de charpentier du père, Philippe Martegoutte ne s'est pas installé en reprenant l'activité familiale.

Avec pour bagage un bac de sciences naturelles, un CAP et un brevet de maîtrise dans les métiers du bois, Philippe Martegoutte s'installe en 1984, près de l'atelier de charpente du père, mais déjà indépendant. Il choisit de s'orienter vers la fabrication d'éléments de cuisine en bois massif. Un choix qui n'a jamais été remis en cause, même si la production a évolué. Au début des années 90, Phima fabrique essentiellement les façades et les portes en bois des éléments de cuisine pour les grandes marques. En 1996-1997, Phima réalise des cuisines en kit pour la marque Pic Vert.

### Une marque française

Presentant les limites de cette activité cannibalisée par de très grandes marques, l'entrepreneur de Campagnac-lès-Quercy se forge la conviction qu'il y a de la place pour autre chose. C'est en 2005 qu'il lance Inova Cuisine, la marque maison qui constitue aujourd'hui 90% de l'activité de l'entreprise. Créer une marque de cuisine française, personne ne l'avait fait depuis 20 ans. Le pari commercial pourtant, est mûrement réfléchi :

« La plupart des entreprises françaises qui fabriquent des éléments de cuisine pour les grandes marques du marché ont connu des évolutions difficiles, souvent liées à des problèmes de succession ou de renouvellement de générations. Cela s'est traduit par un manque de dynamisme qui a attiré sur le marché français les marques étrangères, allemandes et italiennes notamment,



Ateliers de production et base logistique sont réunis à Campagnac-lès-Quercy.

qui avaient su prendre le virage du contemporain. Les gammes d'Inova s'inscrivent dans cette modernité avec un look, épuré et élégant, fonctionnel. »

Pour les commercialiser, Philippe Martegoutte et ses commerciaux se sont tournés vers les distributeurs indépendants en jouant d'un argument qu'ils n'attendaient plus : voulez-vous commercialiser des cuisines françaises contemporaines, de moyenne et haute gamme ?

Dans le même temps, l'entreprise pousse la logique jusqu'au bout, en acquérant les savoir-faire qui lui manquaient, de façon à « rapatrier » et autonomiser sa production. On n'achètera plus les caissons en Espagne et on saura travailler les panneaux comme on maîtrisait l'art du bois massif. Avec, on l'imagine, des investissements lourds pour adapter ou réorienter le parc de machines.

Les débuts sont prometteurs. Mais Phima, comme d'autres entreprises installées en milieu rural en Dordogne, se trouve alors confrontée aux micro-coupures d'électricité. Le dialogue est difficile avec EDF et son établissement chargé de distribuer le courant (ERDF).

Sur les conseils du service économique du Conseil général, Philippe Martegoutte contacte la direction des papeteries Condat confrontées aux mêmes difficultés : « Ils nous ont reçu et nous ont bien aidés en nous donnant des conseils techniques et mêmes juridiques. »

L'équipement de l'entreprise en onduleurs de forte capacité a représenté des dépenses supplémentaires pendant que des marchés s'éloignaient en raison de ces difficultés techniques : « Cela nous a cassé dans notre élan et fragilisé financièrement. Nous sommes 40 aujourd'hui, nous pourrions être 15 ou 20 de plus. Au lieu d'être en phase de plein développement, nous avons dû reconquérir les parts de marchés fragilisées pendant cette période. »

Mais le projet d'entreprise « Phima 2013 » n'en reste pas moins d'actualité : « L'objectif est d'arriver à la taille suffisante pour rendre notre marque et notre activité plus pérennes : passer de la 45<sup>ème</sup> à la 20<sup>ème</sup> place parmi les fabricants français, et de 50 à 120 concessionnaires pour Inova Cuisine. »

**Phima Industrie**  
Les Lacquets à Campagnac-lès-Quercy  
Tél./ 05 53 31 39 00  
[www.inova-cuisine.fr](http://www.inova-cuisine.fr)

### Une gamme tous les ans

« Nous renouvelons notre gamme tous les ans pour nous adapter à la demande. Nous n'empilons pas les modèles : on arrête ce qui ne marche pas. Le service commercial et marketing entretient la relation client pour savoir comment le marché évolue et fait remonter les informations. Nous visitons les salons professionnels de l'Europe de l'Ouest pour confronter nos idées. A nous aussi de bien savoir là où nous sommes les plus performants : la gamme s'appuie sur nos points forts. »



## MAREUIL-SUR-BELLE

## Selp Viera, des millions de cartes plastiques

Des millions de cartes plastiques, support de services (administratifs, commerciaux, pass, stockage de données) et de communication, sont imprimées ou sérigraphiées chaque année dans les ateliers de Selp Viera à Mareuil-sur-Belle. Le groupe, implanté également à Angoulême, peut réaliser aujourd'hui des produits aussi différents que la carte vitale 2, les cartes d'identité du Nigeria, les passeports des Philippines, les cartes clients de Carrefour ou d'Air France...

Créée en 1962 à Mareuil-sur-Belle, entrée dans la holding familiale Viera en 1989, l'entreprise s'oriente à partir de cette date vers les cartes plastiques, évolution du savoir-faire d'origine qui était la plastification des documents.

Un studio de pré-press, des presses pour l'impression offset et des lignes pour la sérigraphie, ainsi que les ateliers de découpe, de transformation et de personnalisation : tout a été développé progressivement sur le site de Mareuil qui s'est agrandi de plusieurs constructions au fil du temps.

L'éventail des fabrications s'est élargi en collant aux évolutions technologiques. Aujourd'hui, 123 personnes (pour un chiffre d'affaires de près de 15 millions d'euros) travaillent à la fabrication de cartes plastiques : cartes à mémoire, à piste magnétique et hologramme, d'identification ou de contrôle d'accès, cartes téléphoniques pré-payées, objets de marketing et de promotion. Ces activités étant fortement concurrencées par les pays asiatiques, la Chine notamment, l'entreprise s'appuie sur la rigueur de ses procédures pour garantir la conformité aux normes et les exigences de protection des données. Evoquée dans notre dossier sur l'intelligence économique (lire par ailleurs dans ce numéro), cette protection est ici essentielle, c'est une valeur ajoutée à la qualité des réalisations. Peu nombreux sont les techniciens et opérateurs à accéder à l'espace sécurisé où l'entreprise œuvre sur les productions les plus sensibles.

Cette garantie de protection devient même une spécialité. Dans son unité sécuritaire d'Angoulême, le groupe développe le marché de la carte et du pass de sécurité qui reste, pour des raisons évidentes de protection et de confidentialité, un marché géographiquement plus restreint.

L'entreprise joue à plein la complémentarité entre ce marché de pointe et la production de masse, comme les cartes de fidélité tirées à des millions d'exemplaires, qui reste l'apanage du site de Mareuil.

Travailler au cœur de la France alors que l'on imprime et sérigraphie des documents pour le monde entier ne soulève pas de difficultés particulières. L'entreprise assure chaque jour



Accompagné de Colette Langlade, députée, et d'élus locaux, Bernard Cazeau a été accueilli à Mareuil-sur-Belle par Salvatore Schifano directeur général, Denis Delapellegerie directeur de l'usine et Thierry Vannier directeur commercial.



Les techniques les plus modernes au service d'un artisanat millénaire.



Cartes commerciales, carte à mémoire ou à piste magnétique, etc. : 300 millions d'unités sont produites annuellement. 25% de la production est exportée.

l'acheminement de centaines de commandes, dans de très courts délais, à travers toute l'Europe.

**Selp Viera**  
Route de Ribérac à Mareuil-sur-Belle  
Tél. : 05 53 60 84 44  
[www.selp.fr](http://www.selp.fr)

### « Nous mutualisons les compétences »

Responsable des ressources humaines, Frédéric Valegeas souligne :

« Travailler en secteur rural n'est pas un inconvénient. C'est même un facteur de stabilité. L'entreprise est un élément du patrimoine et nous en connaissons tous l'importance pour la vie locale. Pour faire face aux pics d'activité, nous travaillons avec les agences d'intérim de Nontron et cela se passe bien. Pour des missions plus qualifiées, nous pouvons déplacer un technicien d'une unité à l'autre. Entre nos trois sites, nous mutualisons les compétences. »

### Carte vitale 2 et cartes biométriques

Les produits sur lesquels l'entreprise fabricante doit garantir une sécurité maximum à ses donneurs d'ordre semblent être l'avenir de l'entreprise. Cette protection étant la valeur ajoutée d'une production qui peut, par ailleurs, se décliner en petites, moyennes ou très grandes séries (à l'image de la carte vitale 2 de sécurité sociale). A l'origine, c'est le groupe hollandais Gemalto qui a obtenu ce marché. Il a sous-traité une partie de la production à l'usine de Mareuil-sur-Belle. Entre les deux groupes industriels, un contrat est passé pour deux ans.

Selp Viera maîtrisera la réalisation des futurs passeports et cartes d'identité enrichis d'informations biométriques.

## SAINT-ANTOINE-CUMOND

## Allsun, le solaire et l'énergie d'entreprendre

Après avoir créé Sweetcom (130 emplois), Raphaël Mignon retrouve sa commune natale pour y installer le show room, le bureau d'études et la logistique d'Allsun, société réalisant des systèmes de production d'énergie solaire pour les particuliers et les entreprises.

Avant Allsun, il y a eu Sweetcom, fabricant et installateur en énergies renouvelables, choisissant, plutôt que la construction neuve standardisée, de cibler le « sur mesure » pour équiper les maisons existantes.

Rattachées au siège social de la Prade (Charente) ou aux antennes de Toulouse (Sweetcom sud) et de Créteil (Sweetcom nord), 130 personnes travaillent pour le groupe Sweetcom. 40 poseurs et 30 camions sillonnent les routes de la moitié ouest de la France pour installer et finaliser sur place des équipements achetés aux meilleurs fabricants et assemblés dans les ateliers de l'entreprise : isolation, radiateurs électriques à inertie (un produit « maison »), panneaux solaires, fermetures isolantes en PVC, poêle à granulés, pompes à chaleur...

En 8 ans, avec sa vitrine Internet, son centre d'appel (35 personnes), ses commerciaux, sa filiale commerciale Microclimat Confort présente sur tous les salons spécialisés, le groupe Sweetcom s'est constitué un portefeuille de près de 10 000 clients, potentiellement intéressés par les économies d'énergie et les énergies renouvelables.



Raphaël Mignon sur le site industriel de Saint-Antoine-Cumond qu'il fait revivre.

### Une friche industrielle rachetée

« On nous sollicitait de plus en plus sur l'énergie solaire, thermique et photovoltaïque. J'ai souhaité dissocier cette activité du reste, et c'est ainsi qu'est née Allsun » résume Raphaël Mignon.

L'activité débute dans le même ensemble immobilier, au pied du rocher d'Aubeterresur-Dronne (l'un des « Plus beaux villages de France »), au bord de la route qui mène à Saint-Antoine-Cumond. C'est dans cette commune périgourdine que l'entrepreneur va créer l'unité d'assemblage et la plateforme logistique répondant aux besoins de cette nouvelle unité. Pour cela, il rachète les

locaux de l'ancienne usine de textile, laissant une partie des locaux à disposition d'un atelier resté sur place.

Entre les deux sites, à peine 1 km, une frontière départementale et beaucoup de souvenirs. Car Raphaël Mignon est un enfant de Saint-Antoine-Cumond. La possibilité de faire revivre la friche industrielle de la ZI du Moulin-Neuf a compté dans le choix de ce site. Il en a fait démolir et reconstruire une partie (1000 m<sup>2</sup> environ). Allsun doit s'y installer en cette fin d'année.

La réussite de Sweetcom, son efficacité commerciale et son précieux fichier « clients » ont permis à Allsun d'obtenir la distribution des produits BP Solar : « C'est le leader mondial pour l'énergie solaire. Nous sommes aujourd'hui 42 distributeurs alors que le groupe BP reçoit 3000 demandes par an. Ses équipements ont une longévité exceptionnelle : 25 ans après leur installation, le constructeur garantit un rendement de 80%. Il n'y a pas d'équivalent sur le marché. »

Pour la partie commerciale et le service (le conseil sur les financements et les crédits d'impôts), Allsun reste appuyé sur la force de frappe de Sweetcom, mais a constitué ses équipes techniques : « J'ai commencé par recruter un ingénieur thermique et photovoltaïque qui a structuré notre offre, puis quatre commerciaux. Nous avons constitué deux équipes de poseurs avec des « couvreurs électriques » que nous avons formés. »

### 20 à 25 emplois dans les deux ans

Un autre commercial, une nouvelle équipe de poseurs, deux employés pour piloter le site d'assemblage : Allsun continue de se structurer avec la perspective affichée d'atteindre 20 à 25 emplois dans les deux ans. Les capteurs commercialisés et posés par Allsun rayonnent sur l'Aquitaine et le Poitou-Charentes : « Nous sommes présents sur les foires expositions des deux régions, nous étions à Bergerac et Périgueux cette année. Notre objectif est de « grignoter » toutes les régions sur lesquelles nous avons des clients Sweetcom. »

La globalité de la prestation, démarches administratives comprises, est un argument qui compte dans un domaine encore complexe : « Nous faisons toutes les démarches pour faire valider l'installation du client par EDF qui va racheter l'électricité produite et pour faire obtenir les subventions qui accom-



Allsun distribue la gamme BP Solar, leader mondial des équipements en énergie solaire.



L'entreprise assure l'étude conseil, l'ingénierie du projet, la pose et la maintenance des installations de production d'énergie solaire pour les particuliers, les entreprises et les collectivités.

pagent l'achat d'installations solaires. A ce jour, nous atteignons 8 millions d'euros de financement accordés à nos clients. Selon le degré de subvention actuel, il faut entre 6 et 8 ans pour que l'investissement soit amorti. A partir de là, le client gagne de l'argent, et nous lui garantissons un matériel de qualité qui vieillira bien... »

L'investissement réalisé à Saint-Antoine-Cumond est de l'ordre de 450 000 euros HT compte tenu des emplois projetés et de la nature de l'activité. Concernant l'accueil reçu côté Dordogne, Raphaël Mignon souligne : « Elus locaux, Conseiller général, Direction de l'économie du Département, tout le monde a fait ce qu'il fallait. » Il n'a pas eu la même écoute dans le département voisin pour ses projets précédents.

**Allsun**  
**ZI du Moulin-Neuf**  
**24110 Saint-Antoine-Cumond**  
**contact@allsun-France.fr**  
**www.allsun-France.fr**

## BRANTÔME

## ID Services, négoce de produits alimentaires

Cette jeune société développe, depuis Brantôme, un négoce de produits alimentaires, avec une attention particulière portée au « bio », pour la restauration hors foyer.



ID Services fait aujourd'hui travailler 7 personnes, dont 5 à Brantôme. Le chiffre d'affaires est de l'ordre de 2,9 millions d'euros.

Ses clients, ce sont les restaurants scolaires, les cuisines centrales de collèges, lycées, hôpitaux, des sociétés de restauration et quelques restaurants d'entreprise. Face à la force de frappe des grands groupes concurrents, ID Services a choisi d'abord de concentrer ses efforts sur quelques points forts : les produits frais ou surgelés de la pâtisserie, biscuiterie, confiserie ainsi qu'une gamme très élaborée de produits de la mer. L'ouverture au bio est l'autre grande caractéristique du négoce d'ID Services.

A l'origine du projet, un couple, Pierre et Anne-Marie Clauzet, confronté à un licenciement économique : « *Repartir salarié dans une autre entreprise ou créer une activité en utilisant nos acquis professionnels ? Nous y avons réfléchi et nous avons fait le choix de privilégier notre qualité de vie familiale et de rester à Brantôme.* »

ID Services travaille sur l'ensemble de la France. Le local de stockage attenant à ses bureaux est une base logistique pour la clientèle de proximité. C'est le transporteur implanté sur la même zone d'activité qui assure les livraisons.

Une petite société comme ID Services est

confrontée à une organisation de la restauration collective qui ne facilite pas l'accès aux marchés : « *De plus en plus, les collectivités délèguent leur restauration à des sociétés spécialisées qui gèrent de nombreux établissements et ont des circuits de distribution auxquels nous n'avons pas accès. A l'arrivée, cela coûte souvent plus cher aux collectivités, mais en déléguant le service, elles cherchent aussi à déléguer le premier niveau de responsabilité.* »

#### Un client avec un nom et un visage

La parade réside évidemment dans la qualité de service : « *Pour l'hôpital local de Montpon par exemple, nous ne nous contentons pas de livrer en temps et heure, nous organisons aussi les palettes dans l'ordre qui sera celui de l'utilisation par les personnels des cuisines. Nous pouvons également répondre à des demandes spécifiques qui ne vont pas intéresser nos concurrents et nous pouvons le faire rapidement : si un restaurant scolaire veut une crêpe au fromage de 75 g alors que les produits standards sont de 50 g, nous pouvons lui trouver ; si une école primaire fait un repas*

## Bio et commerce équitable

ID Services réalise aujourd'hui 30% de son chiffre d'affaires avec le bio et les produits issus du commerce équitable.

On est moins crédible auprès de la clientèle lorsque l'on propose indifféremment du conventionnel et du bio : « *Le bio, c'est une philosophie !* », dit Pierre Clauzet. L'un de ses agents commerciaux est spécialisé dans ce domaine et appartient d'ailleurs au Synabio (syndicat des transformateurs et distributeurs des produits bio).

Dans la restauration collective, la demande en produits issus de l'agriculture biologique ne cesse d'augmenter, mais la production ne peut pas toujours suivre. Il y a parfois pénurie, comme sur la volaille fraîche.

Producteurs et distributeurs ont donc tendance à privilégier la restauration commerciale. D'autant que les gestionnaires de la restauration collective n'ont pas forcément les budgets nécessaires pour acheter régulièrement des produits dont les prix sont encore supérieurs de 15 à 20% à ceux du marché conventionnel.

Le café et les produits réalisés à base de céréales (les biscuits par exemple) sont les produits équitables les plus sollicités. ID Services entretient des liens directs avec les principaux importateurs de ces filières.

à thème, nous allons lui livrer le produit typique anglais ou allemand dont elle a besoin. »

Souplesse et réactivité doivent entretenir et consolider des liens avec des clients qui souhaitent conserver leur indépendance, qu'il s'agisse de restauration publique ou privée : « *Chez nous, un client reste un client, quelqu'un que l'on connaît personnellement, avec un nom et un visage, pas simplement un numéro sur un bordereau. Nous voulons entretenir cette proximité.* »

Sur ces créneaux, l'exigence de qualité, l'émergence du bio, la recherche de produits issus du commerce équitable lui ouvrent des possibilités (lire encadré). D'autant que l'entreprise est en train de mettre en place un système informatique incluant traçabilité amont et aval des commandes : « *toute la profession devrait déjà fonctionner comme ça, mais ce n'est pas encore le cas.* »

**ID Services**  
Avenue André-Mauvais à Brantôme  
05 53 05 83 13  
Idservices@orange.fr



Avec le concours des collectivités locales et du Conseil général, ID Services a construit des locaux sur une zone d'activités pour regrouper ses activités et donner une identité à l'entreprise.

EYMET

# Beyne Frères entretient la tradition de la conserverie

Chez Beyne Frères, la conserverie d'Eymet, on parle de traçabilité, de diversification des marchés, d'IGP... mais sans rien renier d'une tradition qui a assuré la longévité de l'entreprise.



Jacky Larroque pour la partie commerciale et Daniel Beyne pour la production animent l'entreprise.

Daniel Beyne représente la troisième génération de Beyne Frères, la conserverie créée par René et André en 1927. Lui-même est entré dans l'entreprise dès 1972 et en a pris la direction en 1992, en restant fidèle à ce qu'il appelle : « la mentalité de la maison : on reste sur notre savoir-faire et on tente de l'améliorer. Notre marque est ancienne, reconnue depuis longtemps. »

Avant de se plonger dans les autoclaves de la conserverie et de maîtriser le savoir-faire des générations précédentes, Daniel Beyne a pris le temps de mettre le nez à la fenêtre : « J'ai fait une formation dans un restaurant deux étoiles de la région bordelaise. Pendant trois ans, j'ai effectué plusieurs périodes de deux mois. Aujourd'hui encore, même pour les produits les plus basiques, cet apprentissage me sert. J'ai gardé des habitudes de la rigueur et de la discipline qu'ont toujours les grands chefs cuisiniers. »

## Se diversifier pour continuer

Les grèves de la fin 1995 ont été un tournant décisif pour l'entreprise. Elles paralyaient les transports et la distribution des colis alors que la vente par correspondance était le mode quasi exclusif de distribution de l'entreprise :

« Nous faisons du stock pendant neuf mois pour vendre en trois mois à l'approche des fêtes. Et là, on ne vendait plus. Il devenait nécessaire de se diversifier pour continuer à vivre. Nous avons contacté des agents commerciaux et nous avons ajouté à nos produits phares des fabrications qui pouvaient nous ouvrir les portes des grandes et moyennes surfaces, des pâtés, des saucisses truffées, des soupes, des plats cuisinés. Nous avions à l'époque quelqu'un de bien implanté sur ces réseaux et nos produits ont plu. » Aujourd'hui, la diversification est réelle,

même si l'entreprise qui se redresse après un passage difficile, est confrontée indirectement aux turbulences de la Camif. C'est en effet l'une des filiales de cette société qui a repris le fichier « particuliers » de Beyne. Mais cette filiale est l'une de celles qui sont en bonne santé (les commandes pour les fêtes 2008 sont confirmées).

Beyne Frères a d'autres débouchés : la société gersoise Art Village qui fait de la VPC avec les produits estampillés Sud-Ouest, la vente directe aux comités d'entreprise, les grands conditionnements pour des circuits comme Métro ou France Gourmet pour la restauration commerciale et collective, les grandes et moyennes surfaces...

Depuis deux ans, une boutique fait le lien entre les ateliers et le bord de la route qui conduit à la jolie bastide d'Eymet : « Nous avons toujours fait un peu de vente directe, mais avec la boutique, l'activité a pris de l'extension. Les magasins de produits régionaux ne manquent pas en Dordogne, mais le nôtre touche à l'atelier. C'est un circuit court qui plaît et qui rassure. »

## L'IGP peut-être...

Côté fourneaux, ni diversification, ni dispersion. Daniel Beyne est en production chaque matin de 5h à 13h : « Pas une boîte ne sort sans qu'il ne l'ait vue. Il n'y a pas toujours ce suivi dans d'autres marques » souligne Jacky Larroque (par ailleurs vice-président de la CCI de la Dordogne) qui épaulé l'entrepreneur depuis plusieurs années : « Je suis arrivé pour participer au développement de la partie commerciale.

Et puis au fil du temps, nous avons travaillé davantage ensemble. On se prend au jeu. »

Parmi les vingt-trois personnes employées par la conserverie (dont dix-neuf en production), trois ont une ancienneté qui dépasse les trente-cinq ans. L'effectif peut aller jusqu'à trente lorsque l'entreprise a



Une boutique de vente directe à la sortie de la conserverie : un circuit court qui plaît et rassure.

besoin de saisonniers. Cette découverte de l'activité en intérim ou lors d'une saison est toujours le premier mode de recrutement.

Les produits gras viennent évidemment de la région, les vins de Dordogne, les autres produits sont français. Jusqu'ici la question de l'IGP (indication géographique protégée) ne s'est pas posée pour cette conserverie ancrée dans la tradition régionale, mais : « Je m'y prépare parce que cela peut nous être utile pour conforter notre marque et une partie des distributeurs pour lesquels nous travaillons. »

La mise en place de la traçabilité et de récents travaux d'adaptation, subventionnés par la Département et la Région, préparent cette échéance.

D'autres évolutions sont possibles et pourront être accélérées ou retardées par la conjoncture. Mais Daniel Beyne veut rester discret : « Nous n'avons toujours fait que de la conserve, jamais de produits frais car c'est un autre secteur d'activité. C'était un choix assumé. Maintenant, on ne se l'interdit plus : il y a réflexion... »

## Beyne frères

23 boulevard National à Eymet

Tél. : 05 53 74 43 00

www.beyne.fr



La tradition et la modernité dans l'atelier.

## 24 Golden Rules for strategic foresight *(full article p 13)*

### File

## Keys to strategic foresight

Knowing the right think at the right time is a major issue for companies. Such information control is strategic foresight. It is not a reserved area for big businesses. Small and medium size firms need it also. More than sophisticated technologies, first, it is a question of method. Thanks to the support of the *Conseil général* (County Council) and the *DRIRE* (Regional Board for Industry, Research and Environment), the Chamber of Commerce is developing the program called *Maîtrises Dordogne Entreprises* aimed at helping small firms in keeping informed and protecting their information. It is a pilot project in Aquitaine.

*(full article p 9 to 13)*

### Another kind of business

And if the realizing of the value of water was an opportunity to know the job of well-digger ? Anthony Chauvreau is on site.

*(full article p. 2)*

### Micro-enterprises

With *Périgord Développement*, the Dordogne was at the Micro-enterprise exhibition in Paris. First lessons drawn from this united front.

*(full article p. 2 to 3)*

### Time for organic products

Everyone's talking about it ! The demand is really improving. But it is not so easy to have a supply meeting such a demand. Pierre Desport, head of the cheese shop *Chêne Vert* bears witness.

*(full article p. 2 to 3)*

### FIRMS

## Marble working Veyssière

From marble tombs to stone carpentry, this marble workshop was one of the first which did diversify.

*(full article p 14)*



## Phima Industry

*Inova Cuisine* was the first trademark of kitchen furniture created in France 20 years ago. This is the work of Phima Industry in Campagnac-lès-Quercy.

*(full article p 15)*



## Selp Viera

Millions of plastic cards (medium of communication and services) are printed and silk-screened in Selp-Viera in Mareuil-sur-Belle.

*(full article p 16)*



## Allsun

In Saint-Antoine-Cumond, Allsun is making solar energy production systems for individuals and firms.

*(full article p 17)*



## ID Services

This young company is developing food trading in Brantôme, giving organic products special attention for catering.

*(full article p 18)*



## Beyne cannery

The canning industry Beyne Frères in Eymet, is involved in the respect of traceability, market diversification, *IGP* (geographical indication)... but doesn't deny the tradition which is the cause of the longevity of the company.

*(full article p 19)*



### INITIATIVES

## Companies face global crisis

Economic and financial crisis hits businesses. And it is not over ! Let's do a recap with Bernard Cazeau, President of the *Conseil général* (County Council), Alain Bernazeau, President of the Chamber of Trades and Alain Brettes, President of the *CGPME* (General Confederation of Small and Medium Enterprises)

*(full article p 4 to 6)*