

Innov@ LYON

Le magazine de l'innovation lyonnaise

Un supplément de
MAG2LYON



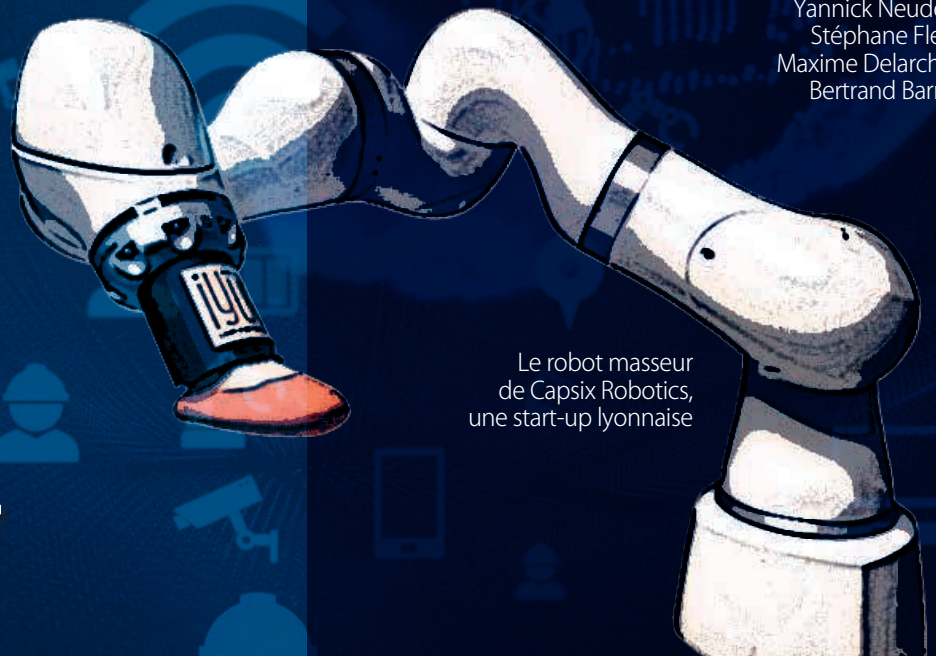
NUMÉRIQUE INDUSTRIE ÉCOLOGIE

Un campus
ambitieux
Un fonds
alternatif

TIKAM
Babysitter
de prototypes

**MONDE
D'APRÈS**
Réinventer
pour relocaliser

Ci-dessus,
de gauche à droite,
Emeline Baume
Laurence Ruffin
Yannick Neuder
Stéphane Flex
Maxime Delarche
Bertrand Barré



Le robot masseur
de Capsix Robotics,
une start-up lyonnaise



LA OÙ
TOUT DEVIENT
POSSIBLE!

GO **LYON**
AUVERGNE
RHÔNE-ALPES

ENTREPRENEURS

Le RDV incontournable dédié à la création
et au développement des entreprises

À LA SUCRIÈRE - LYON
&
EN DIGITAL

24
SEPT
2021

INSCRIPTION GRATUITE sur www.go-entrepreneurs.com

#GoEntrepreneurs

Partenaires Officiels



bpifrance

Partenaire Associé

GRANDLYON
la métropole

Partenaires Médias

LesEchos **Management** widoobiz

Organisé par

LesEchos
Le Parisien
ÉVÉNEMENTS



**BULLETIN
D'ABONNEMENT
P. 9**

URGENCES

SOMMAIRE

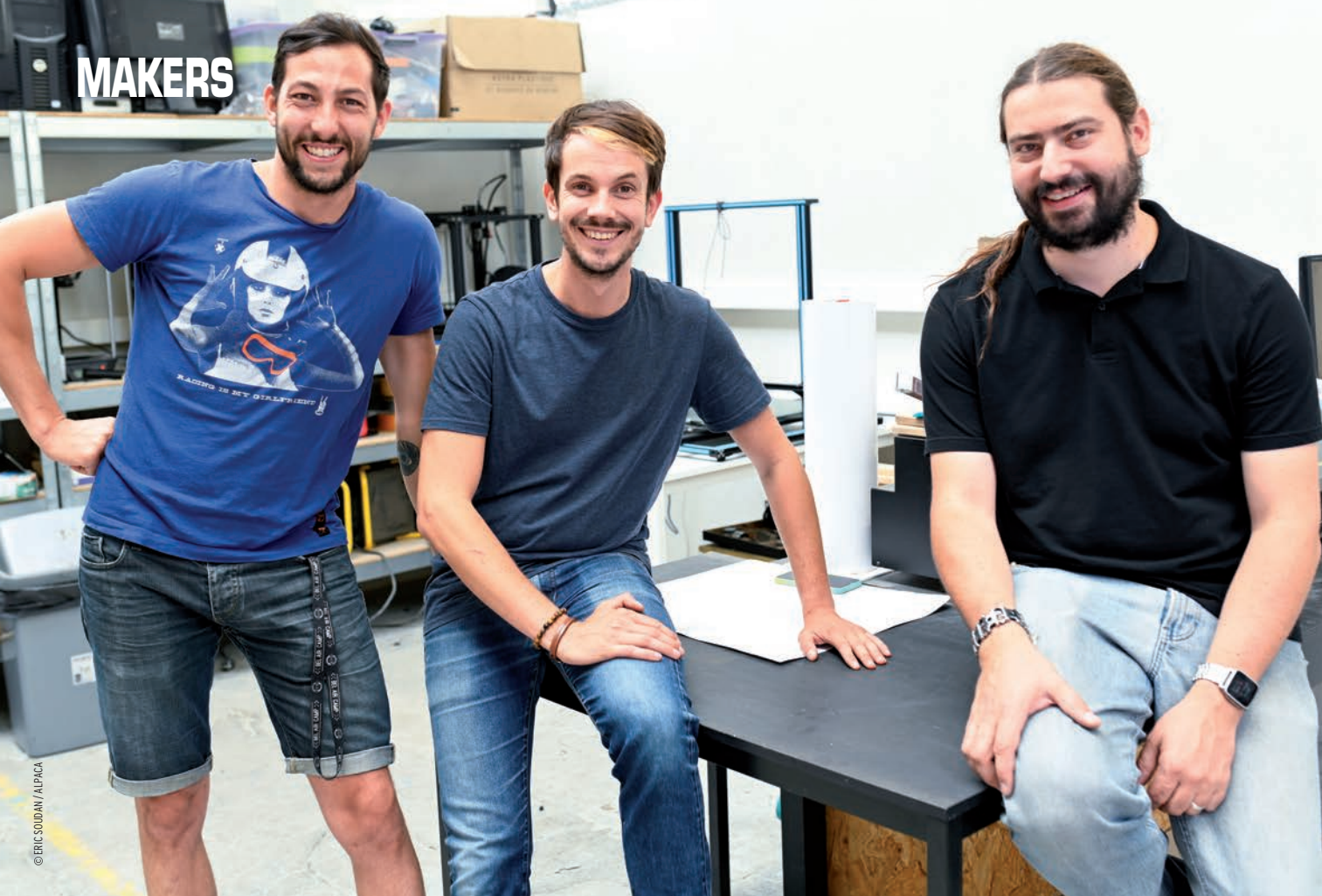
Tikam : "On rend l'industrie cool !"	p. 4
Le Manifeste de la Métropole	p. 5
Numérique: les ambitions de la Région	p. 6
The Nuum Factory : 10000 postes non pourvus	p. 8
CoopVenture: un fonds alternatif pour le numérique	p. 10
Bertrand Barré: Monde d'après, "La relocalisation n'existe pas"	p. 12

Re-localiser des productions apparait d'autant plus urgent avec cette pandémie qui a révélé notre dépendance vis-à-vis de l'Asie sur des produits essentiels. De nombreuses études l'avaient déjà démontré avec force tableaux comparatifs mais cette fois, on l'a ressenti cruellement. Même si Auvergne-Rhône-Alpes, 1ère région industrielle de France, et la Métropole de Lyon, se distinguent par leur dynamisme par rapport à d'autres territoires encore plus touchés. Il y a cependant deux virages à prendre pour relever ce défi. Tout d'abord rendre cette ré-industrialisation compatible avec les enjeux climatiques avec des technologies moins énergivores mais aussi trouver cette main d'oeuvre qui a fait si souvent défaut car les métiers de l'industrie n'intéressaient plus. Il suffisait d'aller ces dernières années à un salon dédié à la formation pour voir les files s'allonger devant tout ce qui relevait du numérique alors que les filières industrielles attendaient les visiteurs. Mais ce que nous disent aussi bien les jeunes entrepreneurs des "fab lab" de la Métropole de Lyon que les acteurs du campus numérique de la Région, c'est au fond qu'il faut inventer une nouvelle industrie. Ce qui est déjà en chemin."



Innov@Lyon, un supplément de Mag2 Lyon, Greenopolis - 20 rue Berjon 69009 Lyon. Tél.: 0437460100
 Fax: 0472579141. Mail: redaction@mag2lyon.com | Société éditrice: Coop' Mag, société au capital de 123800 euros contrôlé par ses salariés associés. | Directeur de la publication et de la rédaction: Lionel Favrot l.favrot@mag2lyon.com | Rédacteur en chef: Maud Guillot m.guillot@mag2lyon.com
 Directeur de la photo: Eric Soudan | Infographie: Roscia Records.com@roschia-records.com
 Journalistes: Clotilde Brunet c.brunet@mag2lyon.com | Commerciaux: Simon Belkaious s.belkaious@mag2lyon.com, Philippe Tournier p.tournier@mag2lyon.com, Sofien Yazaoui syazaoui@mag2lyon.com
 N° de commission paritaire: 1124 D 90015.
 ISSN: 21002-3433. Diffusion: kiosque@mag2lyon.com.
 Ce supplément est imprimé par Multis (La Tour de Salvagny, Rhône), sur du papier issu de forêts gérées durablement, origine : Finlande, taux de fibres recyclées : 0%. Eutrophisation < à 0,1mg/litre.





TIKAM

“ON REND L’INDUSTRIE COOL !”

Installée à Bel Air Camp Industrie, l’équipe de Tikam se propose d’accompagner la phase de mise au point qui précède l’industrialisation d’une innovation. Disposant d’outils allant du tour à bois jusqu’à l’imprimante 3D, elle travaille avec d’autres partenaires de la Fabrique de l’innovation, un réseau créé par la Métropole de Lyon. Par Lionel Favrot

Tour à bois, tour à meuler et banc de ponçage pour le métal, centre d’usinage à commande numérique, fraiseuse, perceuse, sableuse, traceur pour impression et découpe, imprimantes 3D à résine ou à fils... Les machines sont disposées en rang serré dans l’atelier de Tikam situé dans les anciens locaux d’Alstom, avenue Alfred de Musset à Villeurbanne. Le promoteur lyonnais Didier Caudard-Breille a transformé ces vastes locaux en un tiers-lieu pour accueillir les jeunes pousses industrielles qui ont besoin d’espace pour innover. Ces “makers” ne peuvent se satisfaire de bureaux car ils ont besoin d’espace pour prototyper et tester. Bel Air Camp a ouvert en octobre 2017 mais un incendie a ravagé une grande partie de ses locaux deux ans plus tard. Plusieurs start-up ont pu s’installer avenue Paul Kruger, toujours à Villeurbanne, et Tikam est dans la partie préservée: Bel Air Industrie. Mais ces créateurs d’entreprises ont continué à collaborer.

“On était une communauté très soudée et on a gardé des liens. Aujourd’hui encore, un tiers de nos clients est issu de Bel Air Camp”, raconte Maxime Delarache, directeur général de Tikam. D’ailleurs, cette petite entreprise est née en 2019 grâce à des rencontres au sein de Bel Air Camp. Maxime Delarache collaborait à une société qui louait des robots pour animer des événements, Vincent Jamin et Christophe Casson, ses deux associés, travaillaient à leur mise au point. Né comme animateur du FabLab de Bel Air Camp, pour permettre aux autres sociétés de disposer d’outils, Tikam s’est recentré pour devenir un bureau d’étude polyvalent. “On accompagne les porteurs de projet comme si c’était le nôtre, et on est capable de sortir un prototype fonctionnel



Scanner cette page avec l'application Argo, gratuite sur Apple et Android, pour voir une course de voiture guidée par casques émotifs

“On accompagne les porteurs de projet comme si c'était le nôtre, et on est capable de sortir un prototype fonctionnel en un mois et demi”, décrit Maxime Delarche. “C'est la partie la plus fun du développement d'un produit car on doit passer d'une idée à un objet.

en un mois et demi”, décrit Maxime Delarche. “C'est la partie la plus fun du développement d'un produit car on doit passer d'une idée à un objet. Cette étape fait appel à davantage de créativité que la partie industrialisation pure et dure qui exige une grande rigueur et un travail de sourcing des matières de plus en plus complexe pour éviter une rupture d'approvisionnement”, complète Vincent Jamin. Les sollicitations sont assez diverses. Exemple avec un des tout premiers marchés de Tikam: une entreprise née dans le sillage d'Airbus lui a demandé de l'accompagner pour la mise au point d'un capteur et analyseur d'air. “On a assuré la partie hard ware avec la réalisation du moule mais aussi la partie électronique car on peut assembler directement une carte électronique dans notre atelier”, se souvient Maxime Delarche. Quand la crise du Covid a éclaté, ses clients lui ont demandé des modèles de support pour bidons de gels hydro-alcoolique. Toujours en contact avec Awabot, une des sociétés emblématiques de la robotique lyonnaise, Tikam réalise certaines pièces sur-mesure comme des supports de dongle pour la connexion wi-fi. Quand on a visité ses ateliers, une étrange boîte renforcée trônait sur un établi: un imageur et incubateur à bactéries pour une société de Chambéry. Tikam finalise sa mise au point pour atteindre l'industrialisation du produit. Mais son équipe est aussi sollicitée pour du travail à façon comme des lettres lumineuses pour le siège social d'une entreprise. “On peut aussi bien faire de la PLV dans un matériau noble comme le hêtre, que découper au laser du PMMA, un plastique transparent”, assure Vincent Jamin.

COURSE PAR LA RELAXATION

D'autres projets sont plus étonnants. Exemple avec cette start-up israélienne qui n'était pas satisfaite d'un prototype revenu de Chine. “Elle veut commercialiser un briquet programmable pour respecter l'interdiction religieuse, pour les Juifs, de toucher un instrument électronique ou d'allumer un feu pendant shabbat. On lui a livré les trois premiers prototypes et elle vise la fabrication de 90000 pièces dès l'année prochaine”, résume Maxime Delarche. Pour s'approcher de l'industrialisation, Tikam s'appuie sur d'autres partenaires plus spécialisés capables de tester des chaînes d'assemblage. D'ailleurs, Tikam vient de rejoindre le collectif des “Soudés”, créé par la Métropole de Lyon, qui rassemble 16 ateliers de fabrication de type et de taille différente. Parmi eux, Kickmaker, voisin de Tikam à Villeurbanne et Axandus, un accélérateur industriel situé à Beynost dans l'Ain tout proche. “L'objectif est de promouvoir le Made in

Métropole de Lyon et le Made in Région. Evidemment, on a des axes de concurrence mais il y a tellement de boulot qu'on peut travailler tous ensemble.”

Est-ce que l'industrie revient en grâce chez les jeunes générations? “Les nouvelles machines permettent d'aborder ce secteur d'activité différemment. Moi-même, je viens du marketing et de la communication mais depuis que j'ai rejoint Tikam, je me lève avec la même envie de travailler”, témoigne Maxime Delarche, “Plutôt que de parler chaînes de production, on remet de l'humain dans le processus. Je crois qu'on rend cool l'industrie!”

Lui-même a créé Ideexo, une société d'évènementiel qui utilise ces nouvelles technologies. Exemple: un match de foot avec des petits véhicules commandables à distance, histoire de resserrer les liens quand on ne se voit plus en présentiel. Plus innovant: une course de voiture guidée par les émotions. Un système mis au point par Tikam. “La société conceptrice de ce casque émotif, livre une interface. On a donc créé une passerelle pour transmettre ces informations à une petite circuit fonctionnant au départ avec de simples gachettes”, explique Vincent Jamin. Le secret pour gagner: se relaxer au maximum. Une animation encore déroutante. ■

TRANSITION ÉNERGÉTIQUE

La Métropole de Lyon a révélé début septembre son “Manifeste pour une industrie qui se transforme et s'engage pour l'environnement.” Objectif: encourager ce secteur d'activité à des procédés moins polluants mais aussi “favoriser des projets d'implantation pour accroître l'autonomie et la résistance du territoire face aux ruptures de chaînes d'approvisionnement”. Donc favoriser la relocalisation. La Métropole a également lancé un fonds d'amorçage industriel.

La Métropole de Lyon a mis 17 millions d'euros et Saint-Etienne 5 millions d'euros. “C'est un fonds à impact pour accélérer la transition énergétique”, insiste Emeline Baum, 1ère vice-présidente. Parmi ses autres priorités: l'économie circulaire avec la création de plusieurs lieux qui permettront “de rassembler en un même lieu des acteurs du réemploi, de la réparation, du remanufacturing, de l'éco-conception... » Voir Entretien publié dans Mag2Lyon N° 137, juillet-août 2021



© ERIC SUDANI / ALPACA

LE DIGITAL SUMMIT EN PERSPECTIVE



© LIONEL FAVROT

Auvergne-Rhône-Alpes est la première région industrielle de France et elle fait partie du top5 européen des régions innovantes.

Comment agissez-vous vis-à-vis des entreprises?

14000 commerçants et artisans ont déjà bénéficié d'aides pendant la pandémie notamment pour du click and collect et 42000 autres entreprises ont été approchées. La révolution numérique s'est accélérée pendant la crise sanitaire et on va continuer à l'accompagner. Auvergne-Rhône-Alpes est la 1^{re} région industrielle de France et elle fait partie du top5 européen des régions innovantes. 300 entreprises régionales se consacrent déjà à l'intelligence artificielle autour du Digital league, le cluster du numérique et du pôle de compétitivité Minalogic. On veut pousser au travail en grappes et favoriser les échanges entre les entreprises, le monde académique et les fab labs. On dispose de financements dans le cadre des fonds européens ou du contrat de plan État-Région.

Quelle place occupe le Campus numérique dans votre dispositif?

C'est une fenêtre sur ce monde du numérique pour former des personnes de toutes les générations. 300 étudiants sont présents sur le site mais il y a aussi 3000 étudiants répartis dans 70 écoles existantes qui ont été labellisées "campus numériques", ce qui représente un important décloisonnement. Avec Stéphanie Pernod-Beaudon, la vice-présidente à l'Économie, on se mobilise également pour la cybersécurité. ■

L'ouverture du Campus Numérique de la Région, sur son ancien site de Charbonnières-les-Bains, a été éclipsée par la pandémie. La "vraie" rentrée s'est effectuée avec le Digital Summer fin août et d'ici la fin de l'année, un Digital Summit, devrait être organisé. Le point sur la stratégie numérique de la Région avec Yannick Neuder, vice-président.

Propos recueillis par Lionel Favrot

Pouvez-vous rappeler les objectifs de la Région pour le numérique?

Yannick Neuder: On veut accélérer la digitalisation de la société en intervenant à plusieurs niveaux avec un budget de 250 millions d'euros dont 100 millions d'euros supplémentaires par rapport au précédent mandat. On intervient tout d'abord pour que tous les habitants bénéficient du haut débit d'ici 2025 en lien avec la couverture des téléphones mobiles. On est la seule Région française à avoir financé une cinquantaine de pylônes sur fonds publics pour supprimer des zones blanches, notamment dans le Cantal et l'Ardèche mais aussi des secteurs montagneux de l'Isère. On va poursuivre cette politique y compris avec des satellites 4G si nécessaire.

CRCC

COMPAGNIE
REGIONALE DES
COMMISSAIRES AUX
COMPTES

LYON-RIOM

ACCOMPAGNEMENT

PGE

TIERS
INDÉPENDANT

SÉCURISATION

Prévention

Confiance

Commissaires
aux comptes

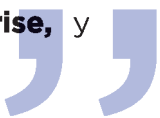
Partenaires

UN RÔLE DANS
LA RELANCE



La mission du commissaire aux comptes a pour objectif de :

- **Garantir une information financière transparente, exhaustive et sécurisée.** La transparence et la confiance sont essentielles à notre économie. Les commissaires aux comptes contribuent à la réduction du risque d'incertitude et soutiennent la **dynamique de relance**.
- **Objectiver la santé financière de votre entreprise** en vous proposant des missions spécifiques.
- **Sécuriser les dispositifs** notamment en apportant un éclairage sur le **financement de votre entreprise**, y compris sur **le PGE**.



**SYLVAIN BOCCON-GIBOD, PRÉSIDENT DE LA COMPAGNIE RÉGIONALE
DES COMMISSAIRES AUX COMPTES DE LYON-RIOM**

10 000 POSTES NON POURVUS

The Nuum Factory a été une des premières écoles à s'installer sur le nouveau site du Campus Numérique.



© WILMOTTE ASSOCIÉS



© WILMOTTE ASSOCIÉS

Stéphane Flex: "On se positionne vraiment comme l'École de la transformation digitale. Créée il y a 4 ans, on a été incubé par le MEDEF régional pour répondre aux besoins des entreprises qui sont énormes avec 10000 postes non pourvus! On s'est installé au Campus Numérique quand il a ouvert à la Confluence et on a déménagé dès janvier 2021 sur le site de Charbonnières-les-Bains. On s'est senti un peu seul au départ car des nouvelles écoles ont décalé leur ouverture à cette rentrée du fait de la pandémie et d'autres étaient majoritairement en distanciel. Ce qui favorise les passerelles. Un exemple très concret: on s'est rapproché de SWARM, l'accélérateur de l'industrie du futur, et on a réuni nos compétences pour créer ensemble une première formation spécialisée. On collabore aussi avec Orange et les Mines de Saint-Etienne. Tout ceci a également été un peu retardé avec la crise Covid mais on a aucun doute sur l'intérêt d'être sur ce campus. C'est le lieu totem du numérique dans la région. Toutes nos formations se déroulent en alternance et on a récemment diversifié nos cursus pour proposer désormais un Bachelor marketing digital, un Bachelor e business, Master expert en projet digital, une MSC Executive digital Manager. Les débouchés sont quasi assurés puisque les étudiants ont déjà un pied dans les entreprises grâce à l'alternance et ils ont souvent des propositions de CDI à l'issue. D'autres changent d'entreprise ou créent leur propre société ou vont vivre de nouvelles aventures à l'étranger. On a commencé par une petite promotion de 10 étudiants et les effectifs augmentent chaque année: 30 la deuxième année, 50 la troisième et de 80 à 100 prévus pour la troisième. On peut se considérer comme une école montante! On accueille des jeunes mais aussi des personnes plus expérimentées en phase de reconversion professionnelle. Actuellement, nos étudiants ont de 22 à 57 ans. Le monde du numérique est réputé plutôt masculin et on tient au contraire à avoir autant de femmes que d'hommes." ■



MAG2LYON

Le mensuel indépendant de la région lyonnaise



“ MAG2 LYON, un magazine qui se dit indépendant, et qui le montre vraiment, c'est déjà énorme ! C'est aussi un magazine franchement multiple dans ses choix de sujets avec une équipe rédactionnelle qui nous informe en toute liberté. Quand on veut aller plus loin, on découvre avec MAG2 LYON de nouvelles facettes de l'actualité lyonnaise. Continuez !”

MAURICE FUSIER
GRAND REPORTER HONORAIRE DE RADIO FRANCE

RÉFÉRENCE

Mag2 Lyon est le mensuel d'information généraliste de référence sur le Grand Lyon et la région Rhône-Alpes. Chaque mois, des rubriques politique, judiciaire, économie, culture, gastronomie, santé, loisirs...

CIRCUITS COURTS

Installé à Greenopolis, zone d'activité BBC, Mag2 Lyon est imprimé en France sur du papier PEFC.



OFFRE SPÉCIALE ABONNEMENT 2020 MAG2LYON + hors-séries

Bulletin à remplir et à retourner à Mag2 Lyon Greenopolis - 20 rue Berjon 69009 Lyon



-39 %

Abonnement d'un an à Mag2 Lyon (11 numéros)

33 €
au lieu de 53,90 €



Abonnement d'un an à Mag2 Lyon (11 numéros) + Hors-séries annuels
Case(s) à cocher ci-dessous :

- + 1 hors-série **37,90 €**
- + 2 hors-séries **42,90 €**
- + 3 hors-séries **47,90 €**
- + 4 hors-séries **52,90 €**

Les éditions 2019 sont encore disponibles au prix de 5,90 € sauf le Guide Économique (8,90 €)



41,90 €
au lieu de 63,80 €

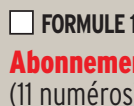
Abonnement d'un an à Mag2 Lyon (11 numéros) + Le Guide Économique Auvergne Rhône-Alpes Édition 2020



LOISIRS
Autour de Lyon
Été 2020



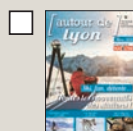
ENTREPRENDRE AUTREMENT
Économie Sociale & Solidaire
Octobre 2020



FORMULE 100 % RÉGIONALE
Abonnement d'un an à Mag2 Lyon (11 numéros)

59 €
au lieu de 86,40 €

+ Le Guide Économique Auvergne Rhône-Alpes + Les 4 hors-séries ci-contre



Autour de Lyon spécial hiver
Parution janvier 2021



Le Guide du Développement Durable n°3
Décembre 2020

Mes coordonnées

Nom :

Prénom :

Adresse :

Code Postal : Ville :

E-mail : Téléphone :

Je règle par chèque _____ € à l'ordre de Mag2 Lyon (case à cocher)

Mise en conformité RGPD: Mag2 Lyon collecte les données personnelles ci-contre pour servir votre abonnement et vous contacter en cas de problème. Ces données sont limitées à nom/prénom, adresse, mail, téléphone. Elles ne sont en aucun cas transmises à des tiers (sauf l'adresse pour le routeur). Vous disposez d'un droit d'accès, de rectification, de suppression en nous en faisant la demande à m.guillot@mag2lyon.com.

J'AI COMPRIS ET J'ACCEPTE (case à cocher)
Signature :



Laurence Ruffin

© ERIC SODANI / ALPICA

notre territoire alors qu'une revente peut entraîner une délocalisation. C'est pour cela que des collectivités locales se sont intéressées à notre projet. Elles ont vu que les pouvoirs publics aidaient au démarrage d'entreprises innovantes mais que, souvent, des actionnaires privés prenaient le relais pour financer la croissance et les cédaient par la suite à des fonds étrangers. Il peut y avoir d'autres effets pervers: par exemple pousser des start-up à se développer de manière exagérément rapide, ou au contraire à arrêter une activité pourtant porteuse d'innovation. D'où une perte de savoir-faire.

COOPVENTURE

UN FONDS ALTERNATIF POUR LE NUMÉRIQUE

Très actif dans l'économie Sociale et Solidaire, Mag2Lyon a suivi de près ce projet d'un fonds alternatif pour l'innovation, en gestation depuis trois ans. À l'initiative, Laurence Ruffin, ancienne présidente de l'Union régionale des Scop et PDG d'Alma, une coopérative spécialisée dans les logiciels de CFAO.

Propos recueillis par Lionel Favrot

Comment est née CoopVenture ?

Laurence Ruffin: Ce fonds trouve sa source dans le croisement du monde coopératif et de celui de la French Tech. C'est sa force! Chacun de notre côté, on rencontre des entrepreneurs du numérique qui regrettent de signer une clause de liquidité au moment de leurs levées de fonds. Ils doivent donc s'engager, auprès de leurs investisseurs, à revendre leur entreprise pour réaliser une plus-value.

Mais c'est compréhensible, vu le risque pris au départ ?

Effectivement, beaucoup d'entreprises du numérique exigent rapidement des investissements et le taux d'échec est souvent supérieur aux

sociétés dites classiques. Les fonds de financement actuels souhaitent donc pouvoir se rémunérer de ce risque en cédant leurs participations dans les start-up qui réussissent, ce qui compense d'éventuelles pertes par ailleurs. Je ne les critique pas, j'expose leur modèle économique. Cette stratégie peut correspondre à certains créateurs de start-up qui souhaitent eux aussi un retour rapide. D'autres créateurs préfèrent continuer à développer leur projet et c'est à eux qu'on destine CoopVenture.

Que voulez-vous apporter de plus ?

Accompagner ces entrepreneurs sur le long terme peut permettre de conserver du savoir-faire et des emplois sur

Pourquoi le modèle traditionnel de financement des start-up entraînerait la perte d'innovation ?

Parce que certaines start-up doivent fermer, faute d'avoir mené leur innovation principale à terme. Pour prendre l'exemple de l'informatique, un univers que je connais bien, vous pouvez avoir développé une plate-forme utile pour d'autres applications que ce qui avait été envisagé au départ. Même si le développement est plus modéré qu'espéré. Ce type d'ajustement est rarement toléré par les fonds qui attendent un retour rapide. Notre souhait, c'est donc de créer un fonds alternatif pour accompagner des entreprises innovantes qui peuvent réussir sans une croissance exponentielle.

Pourtant, la confédération générale des Scop a déjà des outils de financement spécifiques ?

Justement, ils ne correspondent pas au profil des start-up. De même que les outils de financement de la French-Tech ne sont pas forcément adaptés à des financements patients.

Quels sont les principes coopératifs que vous avez intégrés à ce fonds de financement ?

Les salariés doivent être majoritaires au capital et s'il y a une plus-value à la revente, 50 % doivent revenir au fonds, pour aider ensuite d'autres projets. À la coopérative Alma, on s'est organisé en "scoopettes", pour conserver des unités à taille humaine et on est régulièrement sollicités pour aider des sociétés qui souhaitent s'en inspirer. Ce qui confirme cette attente des porteurs de projet, d'autant plus forte depuis qu'on parle du "monde d'après", depuis que le monde entier est frappé par une pandémie. Avant, quand on parlait d'une Scic, une société coopérative d'intérêt collective, on récoltait un certain étonnement. Aujourd'hui, ce statut qui permet d'associer salariés, usagers, investisseurs privés et collectivités locales surprend beaucoup moins ! Le fonds CoopVenture répond aux attentes du numérique de demain.

Le numérique évolue ? On s'éloigne du cliché de l'entrepreneur rêvant de devenir milliardaire en un temps record ?

Oui. Exemple: la French Tech in the

Alps a créé le Campus Numérique pour ramener vers l'entreprise des personnes éloignées de l'emploi.

Si cela répond à un besoin, pourquoi avez-vous mis tant de temps à lancer votre projet ?

On a voulu d'abord vérifier si notre intuition était bonne mais aussi s'assurer qu'on pouvait attirer des projets qui ne viennent pas seulement vers nous parce qu'ils ont été refusés par le système classique. On veut également financer des projets à fort potentiel. Beaucoup de gens nous ont dit qu'on était utopistes. Du coup, on s'est mis nous-même en mode test pendant quelques mois à Grenoble. Sur 40 projets reçus, on en a retenu 8. Ce qui a validé notre modèle. Ensuite, il a fallu caler le modèle économique du fonds sans dépendre financièrement de subventions ni revendre systématiquement les plus belles boîtes. On a beaucoup travaillé sur ce sujet avec Daniel Pilaud, Président de la French-Tech de Grenoble, qui a dirigé des fonds classiques et qui est également cofondateur de CoopVenture.

Comment comptez-vous financer votre fonds alternatif sans revendre vos participations dans certaines start-up ?

Le principe, c'est que les start-up pourront garder durablement l'investissement de CoopVenture mais qu'elles réinvestiront à leur tour dans le fonds en fonction de leurs capacités en cash-flow. C'est le deuxième caractère dif-

férenciateur. L'intérêt, c'est de ne pas dégrader le bilan de la première start-up tout en contribuant au développement du fonds. C'est un fonctionnement mutualiste. Mais ce modèle "evergreen" n'existant pas en France pour les fonds d'investissement, cela a nécessité un peu de temps pour le mettre en place. Mais finalement, on est allé assez vite et on a obtenu l'accord des associés fondateurs.

Qui sont les associés fondateurs de CoopVenture ?

La CGSCOP, le Crédit Coopératif, et trois sociétés coopératives, Up!, IDA Group et Alma, ainsi que deux collectivités très impliquées, la Métropole de Grenoble et le Grésivaudan.

Alors qu'est-ce qui vous a le plus retardé ?

Nos réflexions avec la Caisse des dépôts et consignations. C'est la première institution à qui on a présenté le projet. Ses collaborateurs ont trouvé l'idée très intéressante et ils nous ont demandé documents sur documents. Dans un premier temps, cette démarche a été constructive car ils ont des équipes de très bons niveaux et on avait besoin de professionnaliser notre démarche. Au bout de deux ans d'échange, ils nous ont finalement dit non. Disons qu'ils ont été un peu frieux. Mais pendant ce temps, on avait avancé avec les autres associés,

Mais vous avez quand même lancé ce projet ?

Oui, on a réuni les associés juste avant le Covid et on a exposé les deux scénarii: annuler le projet ou partir sans la CDC. Finalement, c'est la seconde solution qui a été retenue avec un montant redimensionné à 4 millions d'euros pour CoopVenture1. On a décidé de l'expérimenter pendant 18 mois en Auvergne-Rhône-Alpes. On a créé l'accélérateur CoopVenture et recruté son directeur pour accompagner les porteurs projets sur le plan coopératif et numérique. 15 projets sont à l'étude. En parallèle, on veut monter CoopVenture2 d'un montant supérieur, en espérant que la CDC se joigne cette fois à l'opération, pour l'étendre au niveau national. La question de fond, c'est quel numérique veut-on pour nos territoires. ■





Qu'est-ce qui vous a incité à créer cette usine de chaussures de sport en Ardèche?

Bertrand Barré: On détient avec Chamatex un brevet d'un tissu très performant permettant de réaliser la tige des chaussures, ce qui désigne, pour simplifier, tout ce qui n'est pas la semelle. Cette nouvelle technologie permet de la réaliser d'un seul tenant pour remplacer les 15 à 20 pièces habituellement utilisées. Chamatex l'exporte vers l'Asie où de nombreuses grandes marques fabriquent des chaussures qui sont ensuite diffusées dans le monde entier. À un moment donné, je leur ai proposé de passer à l'étape supérieure, c'est-à-dire de réaliser la chaussure entière en France, ce qui présente plusieurs avantages.

Quels arguments vous ont permis de les convaincre?

En tant que cabinet de conseil en innovation et en design, je conçois des chaussures pour beaucoup de marques et je vois bien que fabriquer en Asie pose des problèmes. Cela impose un délai de 18 mois entre l'idée d'une nouvelle chaussure et sa mise sur le marché. Fabriquer en France permet donc de raccourcir ce qu'on appelle le time to market: le temps d'accès au marché.

Ce n'est pas la volonté de proposer une chaussure éco-conçue?

Pour amener vers une démarche d'éco-conception, il faut d'abord démontrer qu'industrialiser des produits à l'autre bout de la planète crée d'énormes contraintes en termes de conception et de commercialisation. Ces 18 mois de délais ne permettent pas à une marque de profiter de son succès quand elle anticipe bien les tendances du marché. Si elle a vu juste, tout son stock va se vendre et elle n'en aura plus assez pour satisfaire les nouveaux clients. Elle va donc devoir se contenter d'une petite croissance. Inversement, si elle se trompe, ses stocks vont s'accumuler et elle risque de perdre beaucoup d'argent. Au final, ce système entraîne une sorte de statu quo au niveau des chiffres d'affaires car il empêche des fortes croissances à deux chiffres.

MONDE D'APRÈS

"LA RELOCALISATION N'EXISTE PAS"

Le designer lyonnais Bertrand Barré est à l'initiative d'une nouvelle usine de fabrication de chaussures de sport en Ardèche. Un projet exemplaire qui associe de grandes marques comme Salomon, Siemens et Bosch autour du groupe de textile Chamatex. Ce visionnaire pragmatique est bien placé pour répondre à une question sensible: dans le monde post-Covid-19, va-t-on assister à un mouvement massif de relocalisation? Et si oui, à quelles conditions? Propos recueillis par Lionel Favrot

L'impact écologique de ces allers-retours de containers en bateaux puis camions, avec tout ce que cela implique en termes d'impact carbone, entre-t-il en ligne de compte?

Oui, dans un troisième temps. Bien sûr, tout le monde convient que faire venir des chaussures de pays distants de 6000 à 8000 km, cela n'a pas de sens. Mais c'est tellement moins cher que les entreprises ont beaucoup de mal à lutter pour trouver une autre solution pour vendre à un prix acceptable par le consommateur.

Comment avez-vous monté ce projet de nouvelles usines en Ardèche?

Notre boulot a consisté à mettre autour de la table les bons acteurs pour un travail collaboratif en mode open innovation. J'ai rencontré Siemens qui a automatisé de nombreux secteurs industriels mais qui n'avait pas encore abordé le monde de la mode et de la chaussure. Bosch nous a aussi rejoints ainsi que des clients. Tout le monde est devenu actionnaire de l'entreprise que nous avons montée avec Chamatex et on a pu assurer plusieurs levées de fonds.

Vous n'avez donc pas attendu la crise du Covid-19 pour lancer ce projet d'une nouvelle implantation en Ardèche?

Non, ce que le Covid a déclenché pour Chamatex, ce sont les masques de sport pour Salomon. Ce sont les mêmes acteurs mais c'est un autre projet.

Si toutes ces marques doivent fabriquer majoritairement en Asie pour survivre, par quel miracle cette

Chamatex et le groupe Zebra de Bertrand Barré ont mis au point une tige utilisée par des grandes marques qui fabriquent en Asie. Leur ambition: produire eux-mêmes une basket en Ardèche.

"Il n'y a pas de relocalisation sans reengineering. On doit complètement repenser la fabrication de la chaussure en la robotisant un maximum pour fabriquer en France. Cette nouvelle usine est une version 4.0, très technologique"

relocalisation en Ardèche devient possible?

Mais ce n'est pas une relocalisation. Moi, je parle de localisation d'une nouvelle activité en France.

Entre relocaliser et localiser, où est la nuance?

La relocalisation n'existe pas. Quand on parle relocalisation, on fait croire à tout le monde que si on arrête la fabrication d'une chaussure dans une usine de 2000 salariés en Chine, on va créer 2000 emplois si on rapatrie cette production en France. C'est faux! S'il y a 2000 salariés là-bas, c'est parce que ces entreprises en font une surconsommation car cette main-d'œuvre coûte moins cher que des robots dans ces pays d'Asie: environ 400€ de salaire par mois. Comparativement, cela coûte une fortune de fabriquer en France.

Comment réussir à localiser?

Il n'y a pas de relocalisation sans reengineering. On doit complètement repenser la fabrication de la chaussure en la robotisant un maximum pour fabriquer en France. Cette nouvelle usine est 4.0, très technologique.

Du coup, quel est le ratio entre le nombre d'emplois en Asie et ceux qu'on crée en France quand on rapatrie une fabrication de chaussures?

Sincèrement? Environ 10%.

Combien d'emplois allez-vous créer dans votre usine d'Ardèche?

70 pour fabriquer 500000 paires de chaussures par an. C'est tout petit par rapport aux capacités de l'Asie. Pour être considéré en Chine par exemple, il faut être capable de commander plus d'1 million de paires par an. À ma connaissance, seuls deux entreprises françaises fabriquent désormais plus de dix millions de paires, majoritairement à l'étranger: Decathlon et Salomon. Les autres entreprises françaises évoluent entre 200000 et 2 millions de paires.

Ces 70 emplois, c'est une goutte d'eau finalement?

Il s'agit d'une usine prototype. Notre idée est d'en construire beaucoup d'autres au plus près des consommateurs. Moi, pour produire 10 millions de paires, je suis partisan de construire 20 usines dans le monde. Une usine comme cela en Italie, une autre en Allemagne, une autre en Angleterre, une autre aux États-Unis, une autre au Japon. Toujours dans cet esprit local to local.

Finalement, il n'y aura plus une grande usine en Asie mais des usines disséminées et décentralisées dans plusieurs pays où les marques ont des débouchés, donc pas forcément en France...

Oui, on va inverser le modèle actuel. Ce sera un modèle polynucléaire. On va supprimer les coûts inutiles de transport, donc



diminuer la pollution, et ce qui est plus important encore pour les marques, améliorer le service client. Accélérer la rotation des gammes de produits pour réagir au plus près des goûts d'un Allemand, d'un Espagnol ou d'un Français qui ne sont pas les mêmes.

Pensez-vous que la crise du Covid, et ces contraintes de la production lointaine, vont entraîner un retour en France d'activités délocalisées?

Ce sera très variable selon la catégorie d'activités. Le transport aérien va sans doute redémarrer très vite. Il faut comprendre les ressorts de l'être humain. Si une semaine au soleil en Tunisie ne lui coûte toujours que 600€ la semaine, il ne va pas hésiter. La production automobile ne sera pas non plus rapatriable en France sans reengineering car il y aura toujours des pays plus compétitifs pour produire certaines parties.

Que voyez-vous revenir en France?

La fabrication d'équipements sanitaires. Les subventions exceptionnelles débloquées dans la crise du Covid ont permis d'amortir en quelques mois des machines de fabrication de masques par exemple. Mais là aussi, c'est un résumé car il faudrait distinguer les masques en tissus, qui ne remplissent pas complètement leur rôle, et les masques chirurgicaux imparfaits, de ceux qui atteignent les standards internationaux. Comme ceux du Canadien Medicom, qui possède une usine en France près d'Angers.

Le bio et le local semblent également être en plein développement.

Oui. Pas forcément le bio car c'est souvent cher mais le local et le sain. D'ailleurs, les grands distributeurs reviennent à la distribution en centre-ville avec des petits magasins plus intelligents et plus frais, pour remettre la main sur ce business. Je pense aussi que les métiers de précision comme l'horlogerie et les métiers d'art vont reprendre de l'importance en France.

Et l'économie circulaire, qui permet de réemployer avant même de recycler?

Cela va être un boom monstrueux sous au moins trois formes. Tout d'abord le réemploi qui permet de réutiliser un objet plusieurs fois. De grandes marques de sport ouvrent des services de type Vinted à eux. Il y a aussi le refurbishing c'est-à-dire la remise en état avant de proposer de nouveau ces objets sur le marché, comme Backmarket avec les téléphones, ou encore le démontage pour récupérer les pièces détachées. Il y a également une autre forme de réutilisable dans l'économie circulaire: un service complet de livraison, récupération et nettoyage à la place de la vente d'objets jetables. Exemple: les gobelets consignés pour les festivals que propose Ecocup. On a aussi monté la marque Re-uz avec un industriel de l'injection plastique qui veut se développer dans le ré-employable. Ce phénomène arrive très fort dans l'alimentation collective qui va, à l'image de Sodexo, faire appel à ces services de réemploi.

“Il s'agit d'une usine prototype. Notre idée est d'en construire beaucoup d'autres au plus près des consommateurs. Moi, pour produire 10 millions de paires, je suis partisan de construire 20 usines dans le monde. Toujours dans cet esprit local to local”

Quels autres secteurs vont s'ouvrir au réemploi selon vous?

L'e-commerce. On vient de concevoir une enveloppe réutilisable pour Hipli, une start-up du Havre. Après avoir déballé sa commande, on renvoie cette enveloppe préimprimée à l'expéditeur qui va la reconditionner. Elle peut servir 100 fois minimum. Cette solution évite de jeter 100 enveloppes en plastique. Elle est déjà utilisée par la Camif, showroomprive.com... L'économie circulaire est beaucoup plus efficace que le recyclage. Aujourd'hui, seulement 30% des produits théoriquement recyclables sont réellement recyclés. Il vaut donc mieux réutiliser avant même de recycler. Là aussi, on va changer de modèle et arrêter de jeter des produits recyclables. Le réemployable, c'est même une révolution! ■



Chamatex et ses associés ont construit à Ardoix, en Ardèche, une usine ASF 4.0 (Advanced Shoe Factory), ultra-robotisée pour que la fabrication en France soit de nouveau possible



ENTREPRENEUR PASSIONNÉ

DEVENEZ FRANCHISÉ H/F À PARTIR DE 7 500€

Un Franchisé chez Carrefour, c'est d'abord un commerçant de terrain à l'écoute de ses clients et au plus près de son équipe. C'est un gestionnaire orienté résultats et impliqué dans la vie locale.

toutes nos opportunités sur :

franchise.carrefour.com



Pour la sécurité de vos données pros, c'est encore plus simple.

Cyberfiltre⁽¹⁾

- Protection de votre mobile
- Antivirus, anti-hameçonnage

Orange accompagne les pros dans leur digitalisation.

En savoir plus au 3901*, sur pro.orange.fr et en boutique Orange.

* Le service est gratuit et l'appel est au prix d'une communication normale selon l'offre détenue, ou décompté du forfait. Le temps d'attente avant la mise en relation avec votre conseiller est gratuit depuis les réseaux Orange. Offres disponibles en France métropolitaine et réservées aux professionnels.

(1) Offre soumise à conditions, valable en France métropolitaine avec un engagement de 12 mois, exclusivement réservée aux professionnels (sur présentation de justificatifs). Sous réserve d'éligibilité et compatibilité technique. Détails et conditions sur www.orangepro.fr

orange™