

Les Cahiers de **L'ENTREPRISE**

N° 28
FÉVRIER 2004

Magazine de l'Agence de Développement Economique de Loir-et-Cher - ADELEC



LE LOIR-ET-CHER INVENTE

“le magasin de demain”

ENTRETIEN



GEORGES OLIVEREAU,
Directeur de création à l'agence Dragon rouge

DOSSIER



Meubles de magasins

LOIR-ET-CHER INSOLITE



Club l'Energie d'Entreprendre

Réunir les décideurs

ANIMER

INFORMER

ECHANGER

Chaque mois, des intervenants experts dans leur domaine conduisent un débat, à l'occasion d'un petit déjeuner ou d'un dîner, autour d'un thème d'actualité.

Des rencontres qui permettent aux chefs d'entreprise d'appréhender au plus près leur environnement et développer un maillage économique.

CONTACT

Magali Drouin - Tél : 02 54 42 42 05 - E-mail : m.drouin@adelec.com



SOMMAIRE

ENTRETIEN

4

OLIVIER OLIVEREAU

“Le commerce, c’est du bon sens” 4

Tendances 6



DOSSIER

8

LE LOIR-ET-CHER INVENTE LE MAGASIN DE DEMAIN 8



MEUBLES DE MAGASINS 10

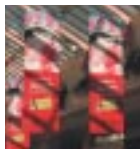
COMPTOIRS DE CAISSE RAYONNAGE
GRANDE DISTRIBUTION 14



AMÉNAGEMENT DE MAGASINS 17



PROMOTION VISUELLE-
PRÉSENTOIRS 18



ECLAIRAGE 21

CRÉATION D’UN SPL (SYSTÈME PRODUCTIF LOCAL) 22



ACTUALITE

26

LOIR-ET-CHER INSOLITE

30

JACQUE DEVIGNE l’histoire à coups de marteau

LES CAHIERS DE L’ENTREPRISE

Magazine d’information de l’Agence de Développement Economique de Loir-et-Cher
1, avenue de la Butte • 41000 BLOIS • <http://www.adelec.com>
Tél. 02 54 42 42 05 • Fax 02 54 42 42 48 • Email : info@adelec.com

Président du comité de rédaction : Jean-Marie BISSON
Directeur de la publication : François MARCHAND
Rédactrice en chef : Magali DROUIN
Tirage : 8 500 exemplaires
Crédits photo :

Certifié ISO 9001 - 2000 par



n° 140414

EDITORIAL



*Le développement
par filière :
un espoir pour l’avenir*

Les difficultés rencontrées par certaines entreprises du département ont conduit l’ADELEC à s’investir dans la recherche de solutions alternatives afin de maintenir un niveau d’activité suffisant dans le bassin d’emploi de Romorantin notamment.

A côté de la prospection d’entreprises nouvelles qui fait partie de ses missions premières, notre agence a recherché des axes de développement endogène au premier rang desquels figure la filière aménagement de magasins.

Ce secteur compte une quarantaine d’entreprises dans le département, couvrant tout l’éventail des compétences requises par les professionnels des différents types de distribution. Elles emploient 2 800 salariés et réalisent un chiffre d’affaires de 360 millions d’euros.

C’est pour les faire mieux connaître à l’extérieur qu’un stand a été organisé sur les salons spécialisés EQUIPMAG et EUROSHOP. C’est pour les dynamiser de l’intérieur que l’Agence travaille en partenariat avec la chambre de commerce et d’industrie au montage d’un Système Productif Local (SPL), sous la forme d’un club d’entreprises. Plus de 100 SPL ont vu le jour en France ces dix dernières années couvrant un grand nombre de secteurs d’activités. Ces modes de développement ont connu par ailleurs un essor important chez nos voisins européens. En effet, les districts industriels italiens et les clusters anglais n’ont plus besoins de démontrer leur efficacité économique.

Les aides européennes auxquelles le département peut prétendre, l’intérêt spontané que certains chefs d’entreprise ont manifesté à l’égard de ce projet, le soutien que lui apportent les collectivités territoriales nous autorisent à faire preuve d’ambition et d’optimisme. Ce sont deux qualités dont l’ADELEC ne manque pas lorsqu’il s’agit de travailler pour l’avenir du Loir-et-Cher !

Jean-Marie BISSON

Président de l’ADELEC

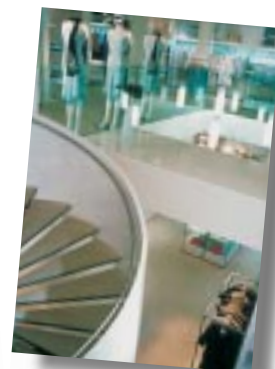
Vice-Président du Conseil général de Loir-et-Cher

GEORGES OLIVEREAU, *Directeur de création à l'agence Dragon rouge*

« Le commerce, c'est du bon sens »



Directeur de création à l'agence parisienne « Dragon rouge », Georges OliverEAU insiste sur la logique économique qui sous-tend la conception de nouveaux espaces commerciaux et la synergie qui doit s'installer entre tous les acteurs du projet, de l'exploitant jusqu'au fabricant de mobilier en passant par le personnel de vente.



LES CAHIERS DE L'ENTREPRISE - Pour le créateur que vous êtes, qu'est-ce qu'un magasin ?

GEORGES OLIVEREAU - C'est un endroit dont l'unique finalité est de vendre. Et notre métier est de les y aider. Nous ne sommes pas des extra-terrestres ou des divas inaccessibles, mais des techniciens du commerce qui imaginent l'environnement qui suscitera chez le passant le désir de s'arrêter, d'entrer, de regarder un produit et de repartir avec. Pour atteindre cet objectif, il faut d'abord faire preuve de bon sens, savoir écouter, savoir compter. Si en plus, on a un peu de talent, c'est encore mieux...

Les Cahiers – Quel message cherchez-vous à faire passer au travers d'un concept commercial ?

GEORGES OLIVEREAU - Le concept doit fournir des informations sur l'identité du produit, son positionnement com-

mercial, la cible visée. Rien qu'en poussant la porte, le client doit pouvoir se dire : « c'est pour moi » ou « ce n'est pas pour moi ». Les discounters qui vendent sur des palettes empilées dans des hangars utilisent un concept dont le message est clair : « je suis moins cher parce que j'économise sur tout ». La bijouterie de la place Vendôme fait passer le message inverse au travers de ses vitrines luxueuses, de ses éclairages sophistiqués, de sa moquette épaisse. Tous ces codes sont immédiatement identifiés par les clients. On ne s'adresse pas aux jeunes comme aux retraités, aux hommes comme aux femmes, aux bourgeois comme aux employés.

Qui est décideur dans la définition d'un nouveau concept ?

GEORGES OLIVEREAU - L'élaboration d'un concept est le fruit d'un travail à trois : le commerçant, l'architecte et le fabricant. Le premier définit une stratégie commerciale à partir d'une gamme de produits destinés à un public donné.

Le second traduit cette stratégie en codes d'agencement : espace, décor, lumière, mobilier. Le troisième suggère des solutions techniques et économiques. Pour que le jeu fonctionne, il faut beaucoup échanger, à tous les stades. L'architecte peut aider le commerçant à préciser son positionnement. Le commerçant peut faire prendre conscience à l'architecte que son projet d'agencement comporte des aberrations. Et le fabricant qui connaît mieux que personne son métier peut amener des réponses innovantes auxquelles on n'aurait pas pensé. Dans tous les cas, le résultat est bon s'il débouche sur la viabilité du concept.

La logique économique prime sur le souci esthétique ?

GEORGES OLIVEREAU - Un magasin, ce n'est pas une machine à faire rêver : c'est une machine de guerre. Le

monde de la distribution évolue dans un contexte de plus en plus concurrentiel. Pour garder l'avantage, il faut renouveler les concepts plus souvent, ce qui implique des coûts élevés. Aujourd'hui, certains réseaux changent de look tous les trois ans. A chaque fois, l'investissement pour chaque magasin s'élève en moyenne à 150 € le mètre carré. On n'a pas le droit à l'erreur car c'est la survie du client qui est en cause. On doit travailler vite car un commerce fermé pour cause de rénovation, c'est du chiffre d'affaires perdu. Cette rotation accélérée est une bonne chose pour les fabricants de mobiliers. Mais ils doivent être capables d'intégrer les contraintes : à qualité et prix égal, celui qui propose un mobilier nécessitant une journée de pose en moins aura toujours la préférence ! ■

DRAGON ROUGE

32, rue Pagès - BP 83 - 92153 Suresnes Cedex
Tél. 01 46 97 50 00 - Fax 01 47 72 05 03
www.dragonrouge.com

DRAGON ROUGE : NUMÉRO 1 DU « DESIGN GLOBAL »

Georges Oliveureau est directeur de création à l'agence Dragon rouge, un acteur reconnu de la création architecturale dans le secteur de l'aménagement de magasin.

Implantée à Paris, Varsovie et Londres, forte de 200 collaborateurs, cette société de moins de vingt ans se définit comme le numéro un du « design global » qui inclut le packaging des produits (50% de l'activité) la création d'éléments d'identification visuelle tels que les logos (25% de l'activité) et la conception d'agencements pour les points de vente (25% de l'activité). Apparue depuis treize ans dans le prolongement des deux autres, cette dernière branche emploie 42 collaborateurs.

Le lancement d'un nouveau concept commercial se déroule en quatre phases : analyse de la stratégie du client et identification de l'image la plus apte à la soutenir, visualisation et validation du projet, mise en œuvre d'un magasin prototype expérimental, corrections éventuelles, validation définitive et diffusion du concept dans l'ensemble du réseau.

Dragon rouge intervient dans tous les types de commerces, son créneau privilégié se trouvant toutefois dans les boutiques d'une superficie de 80 à 200 mètres carrés. (Quelques concepts : SPORT 2000, CAROLL, FNAC JUNIOR, HISTOIRE D'OR, VYADIS, etc)



Tendances

LE MOBILIER

Destiné à valoriser le produit, et non à être admiré pour lui-même, le mobilier de magasin doit jouer la discrétion, l'efficacité, la souplesse. « Tous les matériaux ont leur place » estime Georges Olivereau, « mais on n'utilisera évidemment pas les mêmes pour présenter des sacs Vuitton et des chaussures André ». Qu'il soit en bois, en verre, en plastique ou en métal, le meuble tend de plus en plus à se fondre dans le décor et peut même aller jusqu'à devenir quasi invisible. Mais dans le même temps, il doit faire preuve d'ingéniosité : l'autre grande tendance réside en effet dans la modularité. A l'heure où la durée de vie des agencements se raccourcit, les solutions évolutives ont le vent en poupe. Elles permettent d'adopter des configurations différentes, de modifier les zones de circulation, de s'adapter à de nouvelles collections. Le concept de mobilier jetable commence à faire son apparition !

LES SOLS
ET PLAFONDS

« Même si ce sont les éléments que les clients remarquent le moins, ils participent à la perception générale du magasin » constate Georges Olivereau. Les matériaux modernes tels que le PVC, le vinyle, offrent des solutions esthétiques, colorées, résistantes et d'entretien facile. Mais il existe aussi de nouveaux systèmes de parquets flottants très rapides à poser, un argument de poids quand on sait l'importance d'un gain de temps dans les travaux d'aménagement. Les plafonds tendus possèdent la même qualité et se marient facilement avec un éclairage d'ambiance.



le Jardin des Fleurs
DE MARCHÉS DE FLEURS

DEVERNOIS

L'ÉCLAIRAGE

« C'est l'un des domaines où les progrès ont été les plus spectaculaires ! » Georges Olivereau se plaît à souligner l'inventivité des entreprises de ce secteur, qui relèguent à l'âge de pierre les antiques néons. « Combiné au mobilier, l'éclairage permet d'obtenir une mise en valeur extrêmement efficace d'un objet ». Mais il peut aussi contribuer à faire passer de l'information, par le biais de projections d'images ou de messages sur les murs. Il est enfin un élément d'ambiance à exploiter : « En plein été, par grosse chaleur, un éclairage légèrement tamisé donnera une sensation de fraîcheur. A l'inverse, une luminosité soutenue par temps froid et gris procure un sentiment de bien-être immédiat ». Bien entendu, ces systèmes font appel à des automatismes qui évitent toute intervention du commerçant !

COULEURS, MUSIQUE, ODEURS...

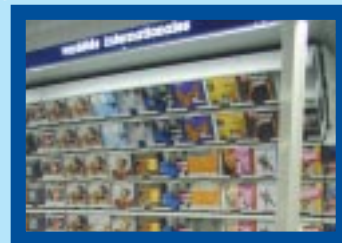
Les tons clairs, les nuances pastels sont à la mode. Ils participent à la discrétion générale du décor. Les musiques d'ambiance obéissent à la même règle avec, toutefois, des modulations en fonction du moment : « Un rythme un peu soutenu est acceptable le matin. En revanche, à l'heure de la sortie du bureau qui est synonyme de fatigue, il faut revenir à des mélodies apaisantes ».

Quant aux ambiances olfactives, leur maîtrise se révèle complexe. « Des tentatives ont été faites, qui ne se sont pas toujours révélées concluantes. Le monde des senteurs est très subjectif. Ce qui plaît à l'un peut indisposer l'autre ». Patience donc ...



Histoire d'Or

LE LOIR-ET-CHER INVENTE LE MAGASIN DE DEMAIN



Observatoire de l'Economie et des Territoires de Loir-et-Cher - Janvier 2004

Entreprises de la filière magasin



Entreprises du coeur de cible

- ABC Synergie - Romorantin
- Alser Innovation - Romorantin
- Application PLV - Salbris
- ARM - Vendôme
- Armstore - Vendôme
- Dargaise - Vendôme
- SIAS - Selles-Saint-Denis
- Inter-Métal - Chabris (36)
- MSB - Salbris
- Philips Eclairage - Lamotte-Beuvron
- Rabet l'Image - Thenay
- Rasec - Romorantin
- SEIB - Blois
- STAL Industrie - Romorantin
- Standis - Salbris



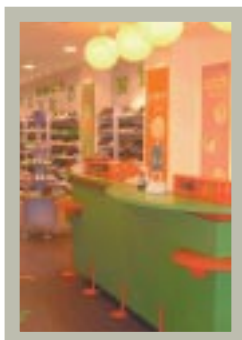
Sous-traitants directs et de proximité

- Alizon & Fils - Cour-Cheverny
- A.T.C.S. - Selles-sur-Cher
- Barat SA - Saint-Aignan
- Paramet - Blois
- Prolital - Romorantin
- Rotofor - Selommes
- Sets - Chabris (36)
- Sono Pol - Vendôme
- TIAM - Noyers-sur-Cher
- Usi'plast Sologne - Lamotte-Beuvron



Sociétés exerçant une activité connexe

- 1 - Meubles professionnels
 - Acial - Saint-Aignan
 - Staf - Vendôme
- 2 - Enseignes
 - Coda Publicité - Saint-Gervais-la-Forêt
 - Interlude - Vendôme
 - Signalétique Vendômoise - Vendôme
- 3 - PLV
 - Alizé Emballages - Lamotte-Beuvron
 - 2 CP SA Clément Papin Cartonages - Mennetou-sur-Cher
 - Découpe Façonnage du Beuvron - Lamotte-Beuvron
 - Acto - La Ferté-Beauharnais
 - MCP - Neung-sur-Beuvron
- 4 - Agencement
 - Augé Agencement - Cour-Cheverny
 - Barras Franck - Saint-Aignan
 - Ets Alain Buchet - Mareuil-sur-Cher
 - Fève Philippe - Selles-sur-Cher
 - Neves Industrie - Saint-Ouen
 - Société Nouvelle Atelier 41 - Saint-Calais (72)
 - Thoreau André - Saint-Julien-sur-Cher
- 5 - Second oeuvre du bâtiment
 - Groupe Goyer - Fougères-sur-Bièvre
 - Vendôme Fermeture Menuiserie - Saint-Ouen
 - Vendômoise de Fermetures - Vendôme





M. Etienne Laprasse (à droite) saluant le ministre du Commerce au salon de l'équipement des commerces (Equipmag) - Paris 1960

Un précurseur nommé **LAPRASSE**

Natif de Chabris, Etienne Laprasse a appris les métiers de la métallerie dans une entreprise de Courbevoie avant de travailler aux usines RENAULT de Billancourt. Au lendemain de la guerre, il s'est associé avec son frère Raymond pour créer son propre atelier de chaudronnerie et tôlerie dans sa commune d'origine avec une dizaine de compagnons.

Doué d'un tempérament inventif, ce précurseur en matière de mobilier commercial a imaginé le présentoir à crémaillère, qui permet de faire varier la hauteur des plateaux en fonction de la taille de l'objet exposé. Cette innovation a connu un succès immédiat dans les premières chaînes de magasins succursalistes. Mais c'est véritablement avec les NMPP (Nouvelles messageries de la presse parisienne) et leurs multiples magasins de presse que l'entreprise a décollé.

Dans les années 60, la société des frères Laprasse, installée entre-temps à Romorantin, employait 200 salariés. Des divergences familiales ont abouti à l'éclatement

de l'entreprise en trois unités autonomes : STAL (Société de tôlerie applications LAPRASSE) dirigée par Etienne et spécialisée dans le mobilier de magasins, SEPL (société d'exploitation des produits LAPRASSE) dirigée par Raymond qui a choisi le secteur du rayonnage de grandes surfaces, et RASEC, créée par un neveu nommé Jean César (ce patronyme ayant fourni l'anagramme de la raison sociale) qui s'est spécialisé dans la caisse de sortie.

Après diverses vicissitudes, STAL a pris un nouveau départ sous la houlette de Jean-Christophe Perruchot (petit-fils d'Etienne Laprasse) et de Bruno Douris. SEPL a donné naissance à ALSER. RASEC poursuit sa route après avoir été racheté. Ces trois sociétés, qui constituent le noyau historique de la filière, en ont engendré d'autres : c'est un cadre commercial de LAPRASSE qui a créé à Vendôme ARM (aujourd'hui intégré à HERMES-METAL) tandis que des sous-traitants de la région ont décidé un jour de voler de leurs propres ailes, donnant naissance à des entreprises telles que TAILLIBERT, INTERMETAL, STANDIS.

MEUBLES DE MAGASINS

TAILLIBERT : le préféré des réseaux de franchises

L'élégante façade de verre qui se mire dans une pièce d'eau en dit long sur le souci d'esthétique que l'on cultive chez TAILLIBERT. Depuis une vingtaine d'années, la société est le fournisseur attiré des mobiliers de magasins pour des enseignes nationales de réseaux franchisés ou succursalistes très attachés à leur image.

Née à Châtres-sur-Cher, à l'initiative d'un artisan menuisier dont elle porte toujours le nom, l'entreprise a emménagé en 1998 sur la zone d'activité de Selles-Saint-Denis où elle dispose d'un outil de travail à la hauteur du savoir-faire de ses 50 salariés. « *Nous travaillons principalement les panneaux d'agglomérés mélaminés ou stratifiés qui fournissent des aspects de surface agréables et solides pour un coût raisonnable* » explique Philippe Asselin, PDG. TAILLIBERT intègre en 2003 APIA GROUP (200 personnes) aux côtés de la société APIA, spécialiste de l'enseignement des points de vente, lui permettant de compléter ses savoir-faire techniques avec le métal et le plastique, et de développer son offre logistique. Qualité et compétitivité sont les deux impératifs de la maison qui a fidélisé sur cette base une vingtaine de clients principaux. On trouve parmi eux des enseignes d'opérateurs téléphoniques (FRANCE-TELECOM) de banques (Credit Mutuel) et de boutiques en réseau (UN JOUR AILLEURS).

TAILLIBERT mise sur la réactivité de son bureau d'études pour garder la préférence des donneurs d'ordre. « *Notre force, c'est de savoir concrétiser très vite un concept en prototype en proposant les solutions les plus économiques. C'est aussi d'offrir une prestation globale, incluant le stockage, l'expédition et la pose du mobilier en fonction des disponibilités des clients* » souligne Philippe Asselin. ■



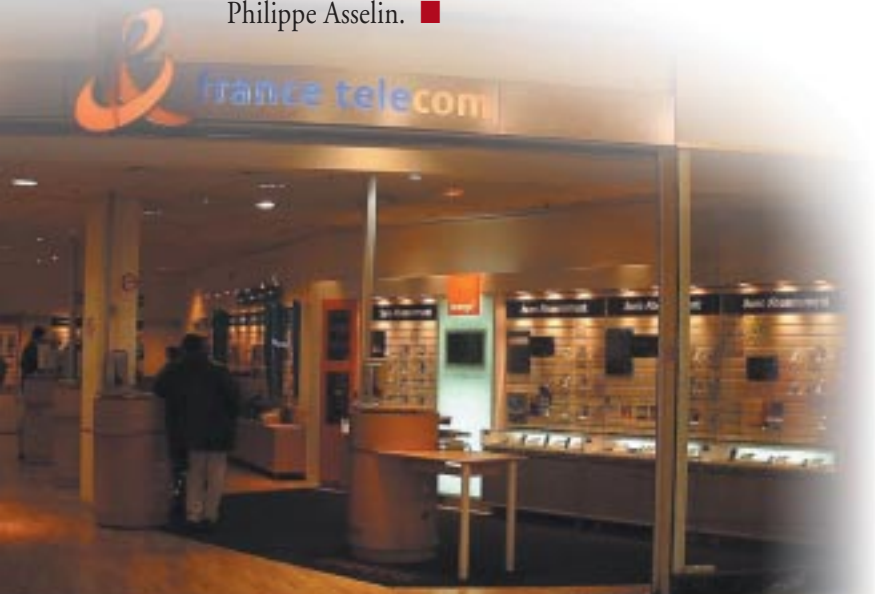
TAILLIBERT SIAS

Le jardin d'entreprises - Route de Marcilly
41300 Selles-Saint-Denis
Tél. 02 54 94 17 00

STANDIS : concepteur, age

C'est en 1993 que Bernard Wirton a racheté un atelier de menuiserie à Villefranche-sur-Cher dont l'activité principale consistait dans la fourniture de mobiliers de bureau pour le groupe PARIBAS. Rebaptisée « STANDIS », l'entreprise a exploité son savoir-faire pour le compte de grands réseaux de distribution dont elle est devenue bientôt le fournisseur attiré.

Installée depuis 1998 à Salbris, dans les anciens locaux du groupe ROL, STANDIS compte parmi ses clients historiques des enseignes telles que CELIO, SEPHORA, MINELLI (ex-ORCADE) qui exploitent plusieurs centaines de points de vente en France, mais aussi à l'étranger. « *Nous avons accompagné le développement de ces réseaux. Aujourd'hui, nous les suivons dans toute l'Europe, ce qui nous vaut*



STAL : le mobilier force de vente

Parce que le meuble de magasin remplit une fonction qui va bien au-delà de la seule présentation des articles, STAL INDUSTRIE a toujours mis l'accent sur l'inventivité de ses équipes, « une vertu héritée de mon grand-père, Etienne Laprasse, qui est un peu l'ancêtre de la filière aménagement de magasins dans le Loir-et-Cher » souligne Jean-Christophe Perruchot, PDG de l'entreprise qu'il a reprise en 1986 à Villefranche-sur-Cher avec son associé Bruno Douris.

Spécialisée à l'origine dans le travail du métal, la société s'est dotée récemment d'un atelier de menuiserie. Sa compétence inclut les finitions (peinture, vernissage, traitement de surface électrolytiques) ainsi que les équipements (signalétique, câblage électrique, accessoires). Depuis 1992, elle se trouve installée dans un vaste atelier de 7 500 mètres carrés équipé d'un parc machines à la pointe du progrès. Le bureau d'études fort de six techniciens assure l'interface entre l'outil industriel et les concepteurs avec lesquels STAL finalise ses produits.

La cible privilégiée de l'entreprise se trouve dans les grands réseaux de magasins succursalistes ou spécialisés. RELAIS H (devenu RELAY) FNAC, DARTY, ALTALIS, INTERSPORT, FUJI, AGFA, figurent parmi les clients réguliers avec lesquels STAL a développé un savoir-faire très pointu de mobiliers élégants,

fonctionnels, qui veulent jouer le rôle d'auxiliaires de vente en permettant à l'acheteur potentiel d'apprécier d'un coup d'œil toute une gamme d'articles savamment hiérarchisés.

La rotation de plus en plus rapide des concepts d'agencements fournit à STAL de bonnes perspectives de développement, d'autant qu'elle s'ajoute à l'émergence d'espaces spécialisés dans les grandes surfaces (bijoux, photos) un marché nouveau sur lequel la société romorantinaise a déjà pris position. « La tendance à la théâtralisation gagne les hypermarchés » constate Jean-Christophe Perruchot. « C'est un phénomène sur lequel nous sommes en mesure de proposer des solutions compétitives avec un service très poussé comme la livraison et le montage sept jours sur sept et douze mois sur douze, que nous pratiquons déjà avec nos partenaires habituels, ou le service après-vente qui nous permet de répondre sans limitation de durée à n'importe quelle demande de remplacement d'un élément sur toute notre gamme de produits ». ■



STAL INDUSTRIE

ZAC de Plaisance - 41201 Romorantin Cedex
Tél. 02 54 96 43 92
Effectif : 74 salariés - Chiffre d'affaires : 8 M€

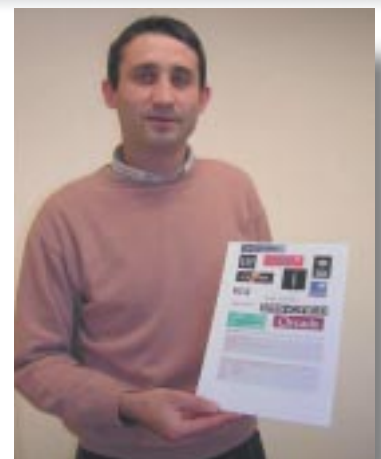
nceur, installateur

de réaliser 40% de notre chiffre d'affaires à l'export » constate Sébastien Saulay, directeur administratif et financier.

Le panneau d'aggloméré stratifié est toujours le matériau de base, associé en fonction des besoins au métal, au verre ou au plexiglass pour lesquels l'entreprise fait appel à des sous-traitants régionaux. Même si elle traite de gros marchés, l'entreprise travaille dans le sur-mesure. Les grandes enseignes définissent un concept sur lequel repose leur identité. Il lui appartient ensuite de le décliner en fonction des contraintes environnementales de chaque magasin.

Cette compétence a conduit STANDIS à élargir son métier de fabricant à la conception. « Notre bureau d'études est aujourd'hui capable de réaliser un projet complet d'agencement pour le compte de clients

qui hésitent à recourir aux services d'un architecte designer » souligne Sébastien Saulay. Atout supplémentaire : l'entreprise dispose également des compétences pour intervenir sur le second œuvre du bâtiment (électricité, peintures, fermetures) ce qui lui permet de proposer une prestation globale d'aménagement. Des réseaux émergents tels que H. LANDERS (prêt-à-porter) ou DOCK GAMES (jeux vidéo) ont déjà mis à profit cette spécificité porteuse de nouveaux espoirs de développement. ■



STANDIS

22 rue de la Convention - 41300 Salbris
Tél. 02 54 94 67 67
40 salariés - Chiffre d'affaires 2001 : 5,34 M€



une diversification réussie

En lisière de la forêt de Blois, le travail du bois trouve un cadre à sa mesure, les vastes locaux ont longtemps abrité une activité de production de placards en bois massif destinés principalement aux établissements hôteliers de la région parisienne.

Les nouveaux dirigeants ont infléchi la stratégie pour tenir compte de l'évolution des techniques et des marchés. Le bois massif a cédé la place aux panneaux de particules mélaminés et stratifiés. De gros investissements ont été effectués en machines de découpe, de placage de chants, de perçage ou de pose de joncs : il s'agissait de se donner les moyens de prendre position sur d'importants marchés d'équipement pour des secteurs en plein développement : bureaux, magasins, établissements scolaires, et suffisamment diversifiés pour éviter l'écueil d'une activité mono client.

« Aujourd'hui, le mobilier de magasin représente 25% de notre chiffre d'affaires » constate Laurent Chandivert. « Notre créneau spécifique, c'est le meuble de rangement ou le présentoir promotionnel destiné à la mise en valeur d'un produit. Nous le réalisons

à la demande du distributeur ou du fabricant, le plus souvent d'après un cahier des charges établi en commun, parfois selon le modèle fourni par un designer spécialisé ». Possédant la réactivité d'une petite structure, l'entreprise est à même de réaliser gros volumes ou séries limitées. Elle compte parmi ses clients de grandes enseignes telles que les laboratoires Pharmaceutiques BOIRON, K PAR K, LA CAMIE, LEROY MERLIN, mais aussi beaucoup de PME réparties sur l'ensemble du territoire national.

« Nous n'avons pas beaucoup de temps à consacrer à notre propre promotion » regrette Laurent Chandivert. « Aussi, nous sommes très intéressés par une action collective visant à mieux faire connaître nos entreprises auprès des donneurs d'ordre. La présence dans un même lieu géographique d'un large éventail de compétences complémentaires est un atout à exploiter ». ■

SEIB

allée de Coulanges - 41000 Blois
Tél. 02 54 51 41 00
Effectif : 40 salariés - Chiffre d'affaires : 5,6 M€

INTERMÉTAL : vers le haut de gamme

L'histoire d'INTERMÉTAL a commencé en 1976 à Villefranche-sur-Cher sous le nom de SPÉCITOL, une PME qui effectuait des travaux de sous-traitance en tôlerie. Elle se poursuit depuis deux ans à Chabris, à la frontière du Loir-et-Cher et de l'Indre, où Christian Lagnet, qui a repris la société en 1990, a décidé de la transférer afin de lui donner les moyens de son développement.

L'ère de la sous-traitance est en effet révolue. « C'est un métier sur lequel nous nous trouvions de plus en plus en concurrence avec des pays à moindre coût de main-d'œuvre. L'avenir passe par des travaux à plus forte valeur ajoutée. C'est la raison pour laquelle nous avons investi le créneau du mobilier de magasin » explique-t-il.

Spécialiste de la tôle découpée, pliée, poinçonnée, soudée, INTERMÉTAL a su la mettre au service de solutions résolument modernes et esthétiques. FRANCE LOISIRS, et beaucoup d'autres enseignes de distribution telles que UN JOUR, AILLEURS, JENNIFER, MANOUKIAN, VERT BAUDET, BOUYGUES-TELECOM,

ont fait appel à ses compétences de façonnier. Afin d'élargir son offre, l'entreprise va se doter d'un atelier bois qui lui permettra d'élaborer des produits associant les deux matériaux sans recourir à la sous-traitance. « C'est un plus pour attaquer le haut de gamme qui constitue aujourd'hui notre cible privilégiée ». De grands noms du luxe tels que PPR ou LVMH devraient bientôt s'ajouter à la liste des références d'INTERMÉTAL.

Conscient d'évoluer sur un marché fortement concurrentiel, Christian Lagnet n'en reste pas moins partisan d'une promotion globale de la filière au niveau national, voire européen. « Aujourd'hui, la compétition se joue entre nous. Demain elle risque de s'élargir à de nouveaux acteurs basés dans les pays de l'Est, voire même beaucoup plus loin. Il faudra alors ajouter à notre technicité beaucoup de service si nous voulons conserver avec nos clients des relations commerciales privilégiées ». ■



Intermétal

ZA les Vigneaux - 36210 Chabris
Tél. 02 54 41 20 20
Effectif : 53 salariés - Chiffre d'affaires : 5,2 M€

ABC SYNERGIE : la vitrine des grandes surfaces

La vitrine réfrigérée est un équipement stratégique pour la grande distribution qui doit présenter ses produits frais et surgelés dans des conditions de conservation soumises à des contraintes réglementaires draconiennes.

ABC SYNERGIE, créée à Romorantin en 1996 par Michel Corfec, est devenue l'un des principaux acteurs de ce métier. L'entreprise a construit en 2002 près de 10 000 vitrines et armoires réfrigérées pour le compte des plus grandes enseignes : AUCHAN, CONTINENT, CARREFOUR, SUPER U, etc. Son intégration dans le groupe allemand LINDE, numéro un européen du froid, lui a fourni les moyens de son développement, sous la marque « CHIEF », en particulier à l'export où s'effectue désormais une part significative de l'activité.

Après la période d'explosion nationale de la grande et moyenne distribution, c'est aujourd'hui au-delà des frontières que les grandes enseignes françaises, particulièrement dynamiques sur le plan international, vont chercher de nouveaux marchés. « Nous sommes amenés à les suivre dans toute

l'Europe et dans les pays de l'Est. Les grands distributeurs travaillent par référencement. Ils font en général confiance à leurs fournisseurs, ce qui ne veut pas dire qu'il ne faille pas se battre sur les prix » constate Michel Corfec.

Principale force de l'entreprise romorantinaise : sa réactivité de PME qui lui permet de livrer sous quatre semaines : un record dans la profession. « Nous avons signé un accord de modulation qui permet d'adapter le temps de travail à la charge. Les grandes surfaces renouvellent leurs équipements en saison creuse, ce qui impose une grande flexibilité ».

Seul fabricant de vitrines réfrigérées dans la région, ABC SYNERGIE connaît quelques difficultés de recrutement dans les qualifications liées à la métallerie. « Nous sommes tous prêts à soutenir une initiative commune dans le domaine de la formation » indique Michel Corfec. « En revanche, nous ne sommes pas demandeurs sur le plan commercial, cette fonction étant assurée en externe par une autre filiale du groupe LINDE ». ■

ABC Synergie

rue Saint-Marc - 41200 Romorantin
Tél. 02 54 95 40 00
Effectif : 230 salariés - Chiffre d'affaires : 23,5 M€

COMPTOIRS DE CAISSE - RAYONNAGE GRANDE DISTRIBUTION

RASEC : de la caisse au rayonnage spécifique

La première spécialité industrielle de RASEC, c'est le « check-out » (meuble de caisse de sortie pour magasin en libre-service). La société créée en 1963 par Jean César a acquis une rapide notoriété sur ce créneau. « On peut même avancer qu'elle a lancé ce concept en France en s'inspirant du modèle américain » estime François Dumont, directeur général depuis 1988, date à laquelle l'entreprise a été rachetée par Patrick Gentil.

Avec une moyenne de 6 000 meubles fabriqués par an, et faisant toujours l'objet d'une conception sur mesure pour chaque client, RASEC est présent dans toute l'Europe, le Moyen-Orient et l'Afrique du Nord. La société suit les grandes enseignes françaises dans ces pays, mais travaille également en direct pour le compte des distributeurs locaux. Elle dispose à cet effet de trois filiales commerciales à Bruxelles, Varsovie et Madrid et d'un réseau d'agences techniques dans une quinzaine de pays pour assurer l'installation et la maintenance des 40 000 meubles en exploitation.

Aussi soutenu que soit ce marché, qui représente toujours 65% du chiffre d'affaires, RASEC a diversifié son activité dans la perspective d'une possible disparition future du meuble de caisse au profit de systèmes automatisés. La société propose toute une

gamme de dispositifs de guidage (portillons, tourniquets, poteaux mobiles) de rayonnages destinés à la présentation de produits spécifiques (fruits et légumes, chaussures, textiles, maroquinerie) de boîtes à monnaie, présentoirs, bornes d'information ou comptoirs d'accueil. « Nous sommes plus intéressés par le mouton à cinq pattes que par la très grande série » explique François Dumont pour situer d'une phrase le domaine d'excellence de l'entreprise.

Cette stratégie de croissance interne se double depuis peu d'opérations de croissances externes. RASEC vient ainsi de racheter deux PME spécialisées dans des technologies complémentaires : PRUDENT dans le Jura (présentoirs PLV en matières plastiques) et SCRM dans les Deux-Sèvres (agencement de magasins). La société dispose depuis trois ans d'un bel ensemble industriel spécialisé dans le travail du métal et du bois. « Nous sommes demandeurs d'initiatives en matière de formation. C'est notre principal besoin » souligne François Dumont. ■

RASEC

ZAC de la Grange - 41205 Romorantin
Tél. 02 54 95 48 48
Chiffre d'affaires : 20 M€ (27 M€ pour le groupe)
Effectif : 130 salariés (180 pour le groupe)



Alser : le technicien du rayonnage

C'est avec CARREFOUR que la société ALSER a commencé à investir le domaine de la grande distribution. A cette époque, l'entreprise se trouvait à Villefranche-sur-Cher où elle avait pris la suite de la SEPL (société d'exploitation des produits Laprasse). Elle s'est imposée grâce à sa capacité à concevoir et réaliser des agencements globaux pour ses clients en matière de rayonnages, qui constituent sa principale activité, et pour une part plus modeste, de caisses de sortie.

Une unité industrielle basée à Sermaise, dans le Loiret, fabrique les ossatures métalliques lourdes. L'établissement de Romorantin, où l'entreprise a déménagé en 1999 dans de vastes ateliers de 20 000 m², est spécialisé pour sa part dans le travail de la tôle (découpage, pliage, poinçonnage, soudure, traitements de surface, peinture, montage) auquel s'ajoute pour certains produits celui du bois.

ALSER INNOVATION se trouve intégré depuis près de trois ans au groupe ELFI COLD qui comprend par ailleurs les sociétés BONNET-NEVE (Hendaye) COSTAN (Italie) GEORGES BARKER (Grande-Bretagne, INTERCOLD (Autriche) et diverses filiales de commercialisation. Les synergies qui existent entre ces

diverses entités, opérant toutes sur le secteur de l'équipement de magasin, ont permis à ALSER de trouver des débouchés importants à l'export où elle réalise aujourd'hui un tiers de son chiffre d'affaires. « *Nous sommes présents en particulier dans les pays de l'Est, mais aussi en Afrique du Nord et en Asie* » explique Jean-Marie Groscolas, directeur logistique du groupe et responsable de l'unité de Romorantin.

Si la conception proprement dite des produits ne fait plus partie des compétences d'ALSER, ce métier étant aujourd'hui exercé par des designers indépendants ou intégrés aux enseignes, la société a été néanmoins amenée à renforcer ses moyens de recherche afin de répondre à la technicité accrue de la demande. « *Les grands distributeurs développent de plus en plus d'espaces de vente spécifiques pour certains articles tels que le vin, la parfumerie, la bijouterie, la photo, le livre ou la musique. Nous devons être capable de les suivre dans cette évolution qui constitue aujourd'hui le principal moteur de développement du marché intérieur* ». ■

ALSER INNOVATION

Rue de Saint-Marc - 41200 Romorantin - Tél. 02 54 95 17 00
Effectif du site : 130 salariés
(150 à Sermaise, 90 au siège social de Chatou dans les Yvelines)
Chiffre d'affaires : 50 000 M€.

Groupe ELFI. COLD

Siège social 79 avenue du général Leclerc - 78400 Chatou
Effectif : 2 800 salariés - Chiffre d'affaires : 426 M€.

L'€uro sans risque avec MSB

Le passage à la monnaie unique a stimulé l'ardeur des faussaires. Si l'on en croit une étude des banques centrales européennes, une soixantaine de sources d'émission de faux euros ont déjà été recensés...

A Salbris, une petite société spécialisée dans la sous-traitance de systèmes électroniques destinés principalement à des usages militaires ou aéronautiques s'est penchée sur le problème. Sa réponse : « MSB4007 », une machine d'authentification des billets. Trois années de recherche ont été nécessaires pour la mettre au point, à partir de la dernière génération des billets en francs tout d'abord, puis des premiers euros. « *Dans les deux cas, la coupure comporte en sa partie centrale un fil magnétique noyé dans l'épaisseur du papier. Cet élément, qui n'a jamais pu être falsifié jusqu'à ce jour, contient sous forme de code le type et la valeur faciale du billet. Notre machine est la seule capable de lire ce code* » explique l'un des dirigeants de MSB INDUSTRIE.

La manœuvre s'effectue en moins de deux secondes et la réponse apparaît instantanément en clair sur un écran. N'importe quel commerçant ou caissière de supermarché est capable d'utiliser l'Euro-plus que sa petite taille permet de surcroît de loger sur un comptoir où d'intégrer dans un meuble de caisse. Rapide, discret et infailible, assure le constructeur, qui vient de lancer la fabrication d'une première série de cent machines.

La promotion du système a démarré au dernier salon Equipmag. MSB compte sur ce produit, le premier à porter sa griffe, pour poursuivre sa croissance. « *Le marché est énorme puisqu'il concerne toute la zone euro. Par ailleurs, la nouvelle monnaie suscite plus de méfiance que la précédente en raison de la multiplicité des sites de fabrication et de l'existence de coupures à très forte valeur* ». ■



MSB INDUSTRIES

ZI des Cousseaux - 41300 Salbris
Tél. 02 54 97 14 12
Effectif : 85 salariés - CA : 7,64 M€

ARM : du sur mesure pour les magasins spécialisés

La société ARM est l'un des plus anciens acteurs de la filière magasins en Loir-et-Cher puisque sa création, sous le nom d'AMA, remonte à la fin des années 50. Filiale au départ de la société d'instruments de bord pour l'aéronautique JAEGER (devenue THALES) elle a été intégrée en 1984 dans le groupe HERMES-MÉTAL (siège à Moneteau dans l'Yonne) devenu en 1998 HMY par son rapprochement avec la société espagnole YUDIGAR.

HMY possède plusieurs unités industrielles et commerciales en Europe, mais aussi en Turquie, en Pologne, en Amérique latine, exerçant leur activité dans le secteur de l'aménagement d'espaces commerciaux. ARM est spécialisée à parts égales dans deux métiers : le meuble de caisse et le rayonnage dit « sec » (gondoles destinées à recevoir des produits sans contrainte de conservation).

« Pour le premier, nous sommes référencés chez les principales enseignes de la grande distribution » indique Gilles Peylet, directeur général. « C'est un marché actif car les magasins ont besoin de renouveler leurs équipements pour conserver une image novatrice. Nous fabriquons une moyenne de 7 à 8 000 caisses par an avec un soin particulier apporté à l'ergonomie du poste de travail ».

Le second métier, celui du rayonnage s'adresse surtout aux zones spécialisées des grandes surfaces ou aux magasins spécialisés (DECATHLON, NORAUTO, PIER-IMPORT, CASTORAMA, CULTURA etc). ARM met en avant sa capacité à concevoir et fournir des solutions personnalisées aux besoins du client. Le bureau d'études vendômois est passé de 1 à 15 personnes et la société fait appel si besoin au service design d'Hermès-Métal. « Dans tous les domaines, les produits et les techniques ont beaucoup évolué. En plus du métal qui reste notre matériau de base, nous avons appris à travailler le bois, le plastique, le verre, à inclure des éclairages, à intégrer des équipements complémentaires tels que l'informatique ou les antennes de détection de vol » souligne Gilles Peylet.

La réactivité fait partie des contraintes du métier. L'entreprise dispose de stocks pour ses produits les plus courants, mais sait aussi répondre à une commande dans les meilleurs délais grâce à un outil de production doté des outils industriels les plus performants. ■

ARM (Aménagement Rationnel de Magasins)

ZI sud - 41100 Vendôme - Tél. 02.54.23.13.00
Effectif : 250 salariés - Chiffre d'affaires : 50 M€

Groupe HMY

Effectif : 2 000 salariés - CA : 265 M€

AMÉNAGEMENT DE MAGASINS

DARGAÏSSE : le maître de la tôle fine

L'époque où DARGAÏSSE était le fournisseur attitré des éleveurs du vendômois pour leurs abreuvoirs à volailles est révolue... L'entreprise a fêté son centenaire en 1989. Elle est toujours dirigée par les descendants du fondateur et travaille toujours la tôle fine, mais celle-ci a investi de nouveaux champs d'application. « *Le mobilier de magasin assure la moitié de notre chiffre d'affaires* » explique Hervé Dargaïsse. « *Pour ce secteur, nous travaillons soit pour le compte d'architectes créateurs dont nous industrialisons les concepts, soit directement pour de grandes enseignes qui nous confient l'étude et la réalisation de leurs agencements, soit encore pour des industriels à qui nous fournissons des présentoirs destinés à valoriser leurs produits sur les lieux de vente* ».

La tôle d'acier, d'inox, de laiton, d'aluminium, fournit des solutions esthétiques et compétitives à beaucoup de projets. La légèreté des formes, la possibilité de façonner des courbes, la sobriété des surfaces séduisent en particulier les industries du luxe pour qui le contenant doit se faire oublier au profit du contenu. « *Le meuble doit exprimer et soutenir l'identité de la marque. Ce n'est pas un objet utilitaire, mais un support de communication* » souligne Pierre Dargaïsse, PDG.

Le savoir-faire de la société est aujourd'hui reconnu au niveau national. Tant au niveau de son bureau d'études que de son atelier, DARGAÏSSE s'est dotée d'outils performants : logiciels de CAO, DAO, CFAO, machine de découpe laser à commande numérique de grande capacité, atelier de soudage et de peinture. Mais l'entreprise sait aussi faire appel à des sous-traitants qualifiés pour les technologies complémentaires aux siennes. « *Nous sommes très demandeurs d'une structuration en réseau de la filière afin de renforcer les partenariats entre entreprises et d'affirmer l'image de la région dans ce métier.*

Nous avons des besoins communs dans les domaines de la formation, de la promotion commerciale, de la communication informatique » constate Hervé Dargaïsse qui estime qu'à l'heure où la concurrence des pays de l'Est se profile, il est opportun de se serrer les coudes. ■



DARGAÏSSE ET FILS SA

ZI Sud, rue Marc Seguin - 41100 Vendôme
Tél. 02 54 23 11 40

PROMOTION VISUELLE-PRÉSENTOIRS

RABET : l'image grand format



« **D**emandez-nous la lune ! » proclame le slogan affiché à l'entrée des ateliers de sérigraphie RABET. Personne ne s'est jamais risqué à prendre l'entreprise au mot, tant l'outil de production dont elle dispose donne le sentiment qu'ici, tout est effectivement possible.

« Les travaux hors norme sont notre savoir-faire spécifique » confirme Patrick Rabet, patron de l'imprimerie artisanale créée par son père en 1955. Mais en près d'un demi-siècle, les choses ont bien changé. En orientant l'activité vers les grands comptes et les formats géants, la société a élargi son rayon d'action à l'ensemble du territoire. Ses trois secteurs d'activité privilégiés concernent la promotion, l'événementiel, la signalétique intérieure et extérieure. La moitié du chiffre d'affaires est réalisée avec des clients du secteur de la dis-

tribution : chaînes de supermarchés, magasins spécialisés, jardineries etc.

L'entreprise travaille en sérigraphie, un procédé d'impression qui autorise l'emploi de supports multiples : papier, mais aussi bois naturel ou mélaminé, textile, métal, plastiques, bâches. Les produits destinés à un usage extérieur possèdent une exceptionnelle résistance aux intempéries et à la lumière en raison de l'épaisseur de la couche d'encre spécifique à cette technologie (5 à 20 fois plus qu'en offset par exemple). En intérieur, ils respectent les exigences réglementaires récentes (normes anti-feu) et s'adaptent à toutes les hauteurs (jusqu'à 6 mètres d'une pièce pour les banderoles ou kakémonos).

Vendeur de solutions plutôt que de produits, ainsi qu'il aime à se définir lui-même, Patrick Rabet a développé autour de l'impression toute une chaîne de compétences complémentaires afin de pouvoir répondre globalement aux attentes de ses clients. L'entreprise fournit des ensembles prêts à poser, avec leurs supports. Afin de pouvoir travailler sur les courtes séries ou les prototypes, elle a investi dans un outil d'impression numérique grand format. Mais elle se dit prête également à coopérer avec d'autres acteurs locaux de la filière pour valoriser leurs produits. « Nous sommes une petite structure, très réactive, capable de répondre à toutes sortes de demandes ». ■



RABET L'IMAGE

route de Contres - 41400 Thenay
Tél. 02 54 75 70 70
Effectif : 45 salariés - Chiffre d'affaires : 6 M€

Alain BERNARD sublime le carton

Alain Bernard, gérant de la société MCP, réalise en collaboration avec le designer Pascal Humeau, espaces et produits en cellulose à structure nid d'abeilles ou ondulées, alliant légèreté et solidité étonnantes.

Ces matériaux novateurs, recyclés et recyclables, respectent l'environnement. Cette alternative aux standards en place permet d'intervenir dans des domaines aussi divers que l'architecture, le mobilier ou l'exposition éphémère ou durable. Très faciles à mettre en œuvre, ces supports sont d'excellents vecteurs de communication graphique.

De l'Aérospatiale au musée d'art contemporain de Lyon, beaucoup ont opté pour cette nouvelle opportunité au design et aux avantages techniques résolument novateurs et économiques. ■



MCP

Château de Villemorant - 41210 Neung-sur-Beuvron
Tél. 02 54 94 62 40
Atelier de production à Thenay

SIGNALETIQUE VENDOMOISE : pour se faire bien voir...

Même si l'entreprise se cache dans un coin discret d'une zone industrielle Nord, tout le monde connaît SIGNALETIQUE VENDOMOISE. Cette petite société d'une quinzaine de salariés est en effet le spécialiste incontesté des plaques de rue en relief : un métier qui lui vaut une forte notoriété dans toute la France. Quasiment inusables, esthétiques et légères, ses plaques sont toujours réalisées à l'unité selon la technique ancestrale de la fonderie d'aluminium au sable, puis peintes à la main et cuites au four.

La croissance urbaine d'après guerre a tiré celle de l'entreprise. Depuis lors, les besoins se sont ralentis, ce qui a conduit l'entreprise à rechercher d'autres débouchés. Elle les a trouvés dans la signalétique commerciale et industrielle, deux secteurs qui font appel à ses compétences dans toutes sortes de domaines. « Dans un magasin, la signalisation vise à promouvoir l'enseigne, mais aussi à faciliter le repérage des rayons. Nous savons répondre à ces demandes ».

La technique utilisée ici n'est plus celle de la fonderie, mais la thermographie : impression sur vinyle qui autorise une très grande souplesse en termes de dimensions, forme du support, contraintes environnementales. SIGNALETIQUE

VENDOMOISE réalise par exemple les panneaux publicitaires auto-adhésifs qui identifient les véhicules d'une entreprise, mais aussi les enseignes extérieures ou intérieures, le balisage des parkings ou des rayons d'un grand magasin, les totems, les pancartes de bord de route, y compris leurs éventuels supports en métal. Tous ces éléments sont conçus pour s'insérer dans les environnements les plus sensibles, tels que les abords de monuments historiques.

La conception s'effectue au sein du bureau d'études intégré où un infographiste crée les modèles en fonction de la demande du client. L'insertion de blasons, logos, pictogrammes et tous signes d'identification fait partie du savoir-faire maison qui s'attache à personnaliser chacune de ses réalisations. Un authentique travail artisanal pour aider les commerçants à réaliser leur rêve : se faire bien voir du client ! ■

SIGNALETIQUE
Vendômoise

SIGNALETIQUE VENDOMOISE

1 boulevard de l'Industrie
41101 Vendôme Cedex
Tél. 02 54 73 80 80
Gérant : Daniel Hameau

CODA : c'est lumineux !

Une enseigne lumineuse comporte généralement un caisson de métal ou de plastique, des lettres découpées en plexiglas ou modelées à partir d'un tube de verre, des systèmes de câblage et de fixation. Tous ces éléments font appel à des métiers spécifiques qui se trouvent réunis au sein de la société CODA PUBLICITÉ.

Bernard Darde et son associé Bernard Colin ont créé cette entreprise en 1976. Elle exerce aujourd'hui son activité dans toute la France, en particulier par le biais des réseaux de distribution ou de services dont elle a su conquérir la clientèle. « Nous fournissons des banques telles que le CIC, le CRÉDIT AGRICOLE ou LA CAISSE D'ÉPARGNE, mais aussi les agences GROUPAMA, FRANCE-EXPRESS, et beaucoup de commerces particuliers ».

Dans le domaine de l'enseigne, il n'y a guère de séries. Chaque pièce est unique, conçue en concertation avec le



client. Et si des machines pilotées par ordinateur permettent de découper des lettres de toutes dimensions avec la précision d'un cutter, c'est toujours à la main que le souffleur de verre cinte les tubes néon sur la flamme afin de leur donner la forme voulue, tandis que dans l'atelier voisin, des soudeurs d'aluminium, d'acier et des plasturgistes assemblent les caissons. Ces mêmes techniques sont utilisées pour la création de totems, portiques ou enseignes sur mât, qui sont la seconde spécialité maison. Des équipes spécialisées se chargent de la pose.

Qualité, service, ponctualité sont les maîtres mots chez CODA. « Nous sommes tributaires des dates d'ouverture, ce qui impose des délais de fabrication souvent rigoureux. Mais nos principaux soucis viennent des lourdeurs administratives » regrette Bernard Darde. « L'enseigne lumineuse n'est pas toujours bien vue des urbanistes, même si elle a beaucoup progressé en esthétique pour s'insérer dans les environnements les plus sensibles ». ■

CODA PUBLICITE

rue Georges Méliès, zone industrielle
41350 Saint-Gervais-la-Forêt
Tél. 02 54 42 68 80
12 salariés - Chiffre d'affaires : 1,22 M€



ÉCLAIRAGE

PHILIPS réinvente la lumière

L'éclairage électrique a fait beaucoup de progrès depuis Edison et sa première ampoule à incandescence. Ces innovations gagnent à être connues des architectes d'intérieur et autres professionnels de l'aménagement. A Lamotte-Beuvron, PHILIPS ECLAIRAGE est expert dans ces technologies qui révolutionnent l'art d'éclairer un lieu de vente. «*Notre métier, c'est précisément la conception et l'assemblage de luminaires destinés au marché de l'architecture et de la décoration*» explique Vincent de Drouas, directeur de cette unité née d'une ancienne fabrique de projecteurs pour le cinéma et le théâtre qui avait été créée à Lamotte-Beuvron dans les années 50 sous le nom de «Lita», avant d'être reprise en 1974 par Mazda et en 1982 par Philips.

Une vingtaine de développeurs se consacrent à la mise au point de nouveaux modèles afin d'enrichir en permanence le catalogue maison qui compte plus d'une centaine de modèles. L'usine fabrique 10 000 produits par jour dont les deux tiers environ correspondent à des commandes d'architectes ou de clients finaux, le dernier tiers passe par la distribution et les installateurs. «*L'extrême diversité de notre production nous conduit à travailler essentiellement sur commande*» souligne Vincent de Drouas. «*Ceci suppose une très forte réactivité et une logistique irréprochable. La règle, c'est de livrer en trois jours*».

Les luminaires PHILIPS s'organisent en plusieurs grandes familles : suspensions, encastrés fixes ou orientables, appliques, spots, projecteurs, rampes lumineuses. Chacune répond à des besoins précis, en fonction de l'effet recherché. On n'utilise pas les mêmes techniques pour éclairer un hypermarché, une galerie marchande, une bijouterie, une boutique de prêt-à-porter. Il faut maîtriser à la fois l'intensité lumineuse, la direction et la largeur du faisceau, sa couleur, sans oublier le coût de fonctionnement, une donnée de plus en plus exigeante !

Les technologies les plus étonnantes sur le plan des effets produits sont obtenues avec les fibres optiques et les diodes électroluminescentes. Les premières transportent la lumière



sur des objectifs précis qu'elles mettent admirablement en valeur. On peut les utiliser par exemple pour éclairer un bijou dans une vitrine, ou pour créer un ciel étoilé dans une galerie marchande ! Les diodes offrent quant à elles des solutions inédites pour souligner des formes ou des volumes architecturaux.

«*PHILIPS est tout à fait intéressé pour travailler avec les fabricants de mobiliers de magasins*» note Vincent de Drouas. «*Nos métiers sont complémentaires et il serait tout à fait positif de les confronter en amont afin de développer des solutions d'éclairage qui tiennent compte des contraintes et des attentes des fabricants de mobilier*». ■

PHILIPS-ECLAIRAGE

le Vivier, RN 20 nord - 41600 Lamotte-Beuvron
Tél. 02 54 95 57 00
Effectif : 233 salariés - CA : 50 M€

CRÉATION D'UN SPL (SYSTÈME PRODUCTIF LOCAL)

Un club d'entreprises, pour quoi faire ?

Objectif : faire émerger des pistes de collaboration autour desquelles pourrait se structurer un futur Système Productif Local. Première piste identifiée : la formation !

Un système productif local doit être l'émanation des entreprises auxquelles il s'adresse. Fortes de ce postulat, l'ADELEC et la CCI ont choisi d'ouvrir le chantier en donnant la parole aux professionnels du secteur. « *Il ne sert à rien de monter des actions, aussi séduisantes soient-elles, si elles ne répondent pas à une attente forte des futurs utilisateurs* » constate-t-on à l'ADELEC, qui, avec les services de la CCI, a procédé aux consultations préalables. Ce travail, conduit en novembre 2002, a visé les entreprises dites du cœur de cible, définies selon trois critères : des sociétés de notoriété nationale, réalisant la majorité de leur chiffre d'affaires avec les professionnels de la distribution, et assurant en interne la conception d'un produit, sa fabrication, son montage et son SAV. Plus de 30 heures d'entretiens individuels ont été réalisés avec les chefs d'entreprises.

Treize entreprises ont été répertoriées dans cette catégorie, employant 1 400 salariés. La plupart exercent leur activité dans le domaine du mobilier de magasin, au sens large, ce terme incluant rayonnages, caisses de sortie, vitrines réfrigérées, la promotion visuelle, éclairage. « *C'est un marché qui a connu une véritable explosion au cours des dernières*

décennies, dans la foulée de la grande distribution, mais aussi en raison du développement des chaînes succursalistes (type FNAC) ou des réseaux franchisés, qui imposent à tous leurs adhérents un agencement identique » souligne-t-on à l'ADELEC.

LE LOIR-ET-CHER, LEADER NATIONAL DU MEUBLE DE MAGASIN

Dans cette spécialité, le Loir-et-Cher fait aujourd'hui figure de leader national, voire européen avec la plus importante concentration de fabricant de meubles de magasins. Raison de plus pour lui fournir les moyens de conforter sa position. Les chefs d'entreprise en sont conscients, et le premier besoin dont ils font état avec une belle unanimité se situe dans le domaine de la formation des hommes. Leurs métiers font en effet appel à des techniques et à des matériaux très diversifiés, souvent travaillés en association : tôle, bois, verre, plexiglas. Qu'il s'agisse de formation initiale, continue ou qualifiante pour demandeurs d'emplois, les filières techniques existantes répondent mal aux postes à pourvoir. Et le désintérêt général des jeunes pour le travail manuel n'est évidemment pas de nature à arranger les choses... Dommage car la représentation de ces métiers est souvent très éloignée des réalités et des opportunités qu'offrent ces

entreprises. En tout état de cause il faudra porter l'effort de formation sur les métiers de tôlier, découpe de panneaux de bois, traitement de surface peinture et câbleur électrique.

Il existe aussi un déficit de techniciens travaillant en bureaux d'étude, ceux-ci assurent l'interface entre le designer qui a conçu le mobilier et l'atelier chargé de le réaliser. Numériquement, ce besoin est moins important que le précédent, mais il se situe à un niveau stratégique qui conduit parfois les entreprises à se débaucher entre elles les bons professionnels.

Second groupe d'actions possibles pour un futur SPL : le développement commercial. *« L'idée la plus innovante concerne la mise en place d'un système de veille au plan national des ouvertures et extension de magasin permettant aux professionnels d'être immédiatement informé afin de pouvoir formuler une offre de service »* remarque-t-on à l'ADELEC.

LOGICIELS ET SALONS

D'autres idées reçoivent un accueil partagé : organiser des visites d'entreprises de Loir-et-Cher à l'intention des concepteurs designers et responsables d'enseignes, créer des outils de communication communs (site Internet, plaquette, relations presse) organiser des stands collectifs sur les salons professionnels. Cette dernière proposition serait susceptible d'intéresser davantage certains acteurs secondaires de la filière qui ont besoin de se faire connaître plutôt que les entreprises de premier rang, difficiles à réunir sur un même plateau pour d'évidentes raisons concurrentielles.

Le développement d'outils industriels communs constitue une troisième piste d'actions possibles. Certaines entreprises ont fait état d'un besoin en logiciels métier de CAO-DAO intégrant toutes les contraintes de conception industrielle d'un meuble de magasin. Il permettrait un dialogue plus facile, et donc des gains de temps impor-

tants, entre donneur d'ordre et sous-traitant par l'utilisation d'un langage compatible.

LE CLUB CENTRE INDUSTRIE MAGASINS

Créé en novembre 2003 par 7 entreprises du département, ces acteurs majeurs du marché de l'aménagement des points de vente ont l'ambition de développer des actions communes (formation de personnels, veille et promotion commerciale, veille juridique et réglementaire). Ce club est aussi un lieu d'échange des professionnels de ce secteur d'activité, particulièrement bien représenté en Loir-et-Cher.

Ce club est né sous l'impulsion conjointe de l'ADELEC et de la CCI qui participeront activement à son animation, avec pour espoir de faire de ce club un acteur important de cette filière d'activité en France.

Dernière action évoquée : un dispositif de veille technologique sur les normes électriques ainsi qu'une veille réglementaire sur la pose et le montage de meuble à l'étranger pourrait aussi voir le jour.

Toutes ces idées vont maintenant être reprises et approfondies par des groupes de travail. *« L'objectif est de faire aboutir un premier projet qui aura valeur d'exemple et d'entraînement pour tous les acteurs de la filière »* affirme-t-on à l'ADELEC.

Le développement de cette filière aménagement de magasin s'inscrit dans une préoccupation de développement endogène. Cette spécialité industrielle et les synergies qui pourraient voir le jour ne passeront pas inaperçues au plan national, voir au delà. Nous nous servirons de cet effet d'image pour attirer de nouvelles entreprises susceptibles de renforcer encore la filière. Nous souhaitons profiter de notre longueur d'avance car nous sommes les seuls en France à nous intéresser depuis à cette filière conclut-on à l'ADELEC. ■



Le SPL, « une opportunité à saisir »

Patron de STAL INDUSTRIE, Jean-Christophe Perruchot a fortement contribué à faire émerger la prise de conscience du potentiel représenté par la filière aménagement de magasins. Il estime que l'expérience du SPL vaut la peine d'être tentée.

LES CAHIERS DE L'ENTREPRISE - Pourquoi le Loir-et-Cher compte-t-il autant d'entreprises dans un même secteur d'activité ?

J-C PERRUCHOT - La filière est née à Villefranche-sur-Cher autour de l'activité de la société des frères Laprasse qui, les premiers, se sont lancés dans ce créneau apparu au lendemain de la seconde guerre mondiale avec

les chaînes de magasins et la grande distribution. A partir de cette entreprise se sont produits des essaimages. Des sous-traitants sont devenus fabricants. Cette origine commune explique que le pôle principal se trouve toujours autour de Romorantin. Cette ville avait par ailleurs la chance de disposer d'une école professionnelle créée par la Chambre de Commerce et animée par l'Abbé Leroux préparant aux métiers de la tôlerie. De là sont sortis de vrais spécialistes qui ont diffusé leur savoir-faire dans les entreprises. La notion de filière est apparue en 1997, identifiée par une étude commandée par Jeanny Lorgeoux, maire de Romorantin, sur laquelle ont travaillé ensuite la DRIRE, la CCI et l'ADELEC.

La structuration de la filière autour d'un Système Productif Local vous semble-t-elle aujourd'hui possible ?

J-C PERRUCHOT - Elle est en tous cas souhaitable. Romorantin fait figure de zone sinistrée avec MATRA. Des crédits sont inscrits dans le cadre du contrat de site pour des actions de re-dynamisation du tissu économique. C'est une opportunité à saisir. L'aménagement de magasin constitue un vrai pôle de compétences, qui pèse lourd en termes d'emplois et qui possède des perspectives de développement réelles. Bien entendu, chaque entreprise est attachée à son indépendance, à sa stratégie, à son réseau de partenaires.

Il ne s'agit pas d'y renoncer, mais d'imaginer ensemble les outils qui nous permettront de progresser et de nous imposer comme la référence du métier.

Concrètement, quel type d'action pourrait réunir un consensus ?

J-C PERRUCHOT - Il existe un vrai besoin en formation professionnelle dans nos métiers, principalement ceux de la tôlerie et de la menuiserie. Mais précisément, le coût des machines ne permet pas aujourd'hui de rendre viable un établissement classique. Il faut imaginer des formules à l'Allemande, en alternance, pour que les stagiaires puissent travailler sur nos machines en atelier. Le SPL est le bon cadre pour monter un projet de ce genre. Le second chantier pourrait consister dans la promotion générale de la filière. Il faut savoir qu'il existe dans ce département un éventail exceptionnel de compétences. C'est le moyen de conforter nos positions commerciales, mais aussi d'attirer de nouvelles entreprises qui exerceront de nouvelles activités complémentaires aux nôtres. ■



Marc Cabane : « Un environnement fertile »



Le Préfet de Loir-et-Cher a été le témoin actif d'expériences positives de SPL conduites dans un autre département. Il estime que la filière aménagement de magasins présente les caractéristiques favorables pour justifier une action collective. A condition que les principaux intéressés en soient partie prenante.

A l'heure où nous mettons sous presse, nous venons d'apprendre la mutation du Préfet Cabane pour le département d'Eure-et-Loir. Il sera remplacé par M. Pierre Pouessel.

LES CAHIERS DE L'ENTREPRISE - Comment est née l'idée des systèmes productifs locaux ?

MARC CABANE - Plusieurs études ont été réalisées sur les districts à l'italienne qui constituent un modèle réussi de structuration d'une filière. Le principe repose sur un réseau de PME qui acceptent de coopérer autour d'une entreprise pilote. En France, j'ai suivi quelques expériences de système productif local dans le Jura. Le secteur du jouet, une activité traditionnelle morcelée entre de multiples petites entreprises, s'est organisé autour de contrats de progrès. Les principales actions ont été entreprises à des fins de promotion : un musée du jouet, des jumelages, beaucoup de communication. Mais on ne s'en est pas tenu là : un centre national d'essai est venu s'installer, fournissant un outil de recherche collectif aux professionnels. Puis, des concentrations se sont produites, qui ont modifié la donne. Dans le secteur de la lunette, une opération a été également montée avec des ingrédients similaires, en particulier un centre de transfert de technologie. Tout ceci a contribué à dynamiser les secteurs en question. En France, on est souvent bon individuellement, mais beaucoup moins collectivement.

Le système est-il transposable à l'aménagement de magasins ?

MARC CABANE - Absolument. L'importance du potentiel existant dans le département justifie tout à fait que l'on se préoccupe de faire jouer les synergies. Nous sommes au tout début de cette démarche, ce qui peut justifier certaines

réserves des intéressés. Mais il faut se montrer pédagogues. Je compte sur l'ADELEC et sur la CCI pour expliquer et convaincre, et me réjouis de la création récente du club centre industrie magasins qui réunit des acteurs incontournables de ce secteur.

Une vraie demande existe dans le domaine de la formation. Un SPL peut-il se structurer autour ?

MARC CABANE - Il faut commencer par quelque chose. Mais la formation est un besoin auquel on sait répondre par des moyens traditionnels. Pour donner des résultats intéressants, le SPL doit intégrer le domaine productif. Sa vocation, c'est de structurer le potentiel disponible pour acquérir la taille critique et susciter ou attirer de nouvelles compétences. Je pense par exemple au design, qui fait parfois défaut dans les entreprises locales. C'est aussi d'exploiter la flexibilité que confère la multiplicité des entreprises pour traiter des marchés qui ne seraient pas accessibles autrement. Cet objectif n'est pas contradictoire avec la légitime volonté de chacun de conserver son indépendance. Mais il faut que les entreprises acceptent de partager un peu de problématique. Pour y parvenir, le SPL devra être animé par un chef de file incontesté. ■

ILS SE SONT INSTALLÉS EN LOIR-ET-CHER EN 2003

Au cours de l'année 2003, les contacts que l'ADELEC a pu nouer avec des chefs d'entreprise à la recherche d'un site favorable pour y créer ou y transférer leur activité, ont permis à 10 nouvelles entreprises de s'implanter en Loir-et-Cher.

L'existence d'un local disponible, une synergie industrielle avec un partenaire local, la position centrale du département, son excellente desserte routière et ferroviaire, voire de simples liens familiaux : sont autant d'éléments qui ont fait pencher la balance en faveur du Loir-et-Cher.

► Une Nouvelle Société à Droué : EURO DALLES INTERNATIONAL

Dès les premiers jours de mars 2003, la société EURO DALLES INTERNATIONAL a pendu la crémaillère à Droué, dans les anciens bâtiments de Chaffoteaux, bien adaptés à son activité. La Société, dirigée par Pierre GIRARD, est spécialisée dans la fabrication de caillebotis, platelages, jardinières... destinés à l'aménagement de terrasses extérieures privées et publiques.

L'ADELEC concoure à optimiser les plans de financement et les aides publiques.

► SPC SOFTWARE a rejoint le site de MBDA à Salbris

Située à Nanterre, cette PME, spécialiste de la couleur, réalise et commercialise des logiciels de colorimétrie adaptés aux applications des fournisseurs de matières premières, imprimeurs, transformateurs, créateurs de produits de beauté et clients finaux. Cette nouvelle implantation est le résultat d'une action de prospection réalisée en 2001 par l'ADELEC. En effet, la détection de ce projet avait été effectuée suite à une prospection téléphonique auprès des entreprises d'Ile de France de moins de 200 salariés. Identifié en mars 2001, ce projet voit le jour en 2003 et montre combien il est nécessaire d'entretenir des relations de confiance avec les chefs d'entreprise pour concrétiser des implantations.

La collaboration des différents acteurs économiques du département a été déterminante dans ce projet. EADS Développement, SOFRED, la Mairie de Salbris, le Conseil Régional et les services de l'Etat ont travaillé avec l'ADELEC.

► ADREXO crée 70 emplois à Vineuil

Filiale du groupe SPIR Communication (groupe de presse) l'entreprise ADREXO est spécialisée dans la distribution d'imprimés en boîtes aux lettres. Présente sur toute la région Centre, sauf en Loir-et-Cher, elle souhaitait implanter une nouvelle agence commerciale dans l'agglomération blésoise. Cinq bâtiments lui ont été proposés par les services de l'ADELEC, le site de Vineuil a été choisi. 70 emplois viennent d'être créés.

► APIA reprend les Ateliers Taillibert à Theillay

La société APIA fabrique des enseignes destinées aux réseaux nationaux et européens des distributeurs, des pétroliers mais aussi des chaînes de magasins franchisés. Installée dans une usine de 16 000 m² à la sortie de l'A71 à Vierzon, APIA qui souhaitait compléter la gamme de services offerte à ses clients en développant une branche d'aménagement de magasin a été séduite par les Ateliers Taillibert. Ces derniers bénéficiant d'une bonne image et possédant un véritable savoir-faire. L'ADELEC a permis de finaliser cette reprise en assurant le montage et le suivi des dossiers d'aides (PRE, CREATIS...).

Le rôle de l'Agence c'est aussi de faciliter la concrétisation des projets en accompagnant le chef d'entreprise au plus près du terrain.

► Des peluches fabriquées à Blois

La société RAYNAUD, inventeur de Nounours, Pollux et autres marionnettes est spécialisée dans la création- fabrication- vente de peluches haut de gamme. Implantée à Amboise jusqu'en juin 2003 l'entreprise a du libérer le bâtiment qu'elle occupait jusque là. C'est alors qu'Emmanuel Raynaud, gérant actuel a recherché de nouveaux locaux plus spacieux, bénéficiant d'un véritable espace Vente. Le site Gambetta qui lui a été proposé l'a séduit et l'entreprise s'est installée en juillet. Détectée par l'ADELEC, cette nouvelle implantation a été menée en partenariat avec l'ADEB.

► VAL DE LOIRE PRESTIGE

Ancien élève du lycée hôtelier de Blois, Pascal Mineau a souhaité tirer parti de l'expérience acquise pendant le 5 ans qu'il a passé en Angleterre dans plusieurs établissements hôteliers et des restaurants haut de gamme. En effet, il vient en 2003 de créer une agence de voyages d'affaires et d'événementiels pour une clientèle de dirigeants anglais, américains et français. Le nouveau voyageur que l'ADELEC a accompagné tout au long de ses démarches administratives et financières de création, va mettre en avant l'image du Val de Loire, ses châteaux, ses résidences de charme, sa gastronomie et ses vins pour attirer de nouveaux visiteurs à pouvoir d'achat élevé.

► **APPLIQUATION PLV**

Spécialisée dans la fabrication de panneaux promotionnels de vitrine et de présentoirs en carton, pour les plus grandes marques de parfums, de cosmétiques et de joaillerie, Appliquation PLV vient de répondre aux avances de l'ADELEC, après 3 ans de cour assidue ! Ce temps a été mis à profit par Christophe ISIDOR, jeune dirigeant de l'entreprise, pour la restructurer et la développer après sa reprise par la maison-mère METHACRYL de Nogent-le-Rotrou (28). Le bâtiment de 2 400 m² qui a été présenté sur l'ancien site MBDA de Salbris et les aides qui vont accompagner cette implantation favoriseront la fixation de 30 emplois environ d'ici 2 à 3 ans.

► **Décentralisation de l'entreprise FABAE à Mer**

Après avoir repris deux sociétés en difficulté situées en Ile de France dans des bâtiments voués à l'expropriation, M. Verriez recherchait des locaux existants ou à construire proches de son lieu de résidence basé dans le Loiret afin de créer une nouvelle entité de fabrication de matériel de distribution et de commande électrique basse tension. Des contacts ont été pris avec l'ADELEC qui a proposé trois bâtiments. Le choix s'est porté sur un local de XX m². Depuis le2003 cette nouvelle société emploie XX personnes.

► **TECH-MO à Salbris : un local bien situé**

Créateur de quatre sociétés de service à Aubigny-sur-Nère, dans le Cher, Philippe Casella cherchait un site susceptible d'en accueillir une cinquième, dédiée au négoce de machines-outils neuves et occasion. C'est l'ancien bâtiment de Panodia à Salbris qui a emporté sa préférence. « C'est un vaste local de 1 800 mètres carrés, en bon état, qui bénéficie d'une localisation parfaite par rapport à mes besoins et très bien desservi par la route et l'autoroute. Il m'a été proposé par l'Adelec qui a pris en charge le montage de tous les dossiers administratifs, ce qui m'a été d'un grand secours ! »

► **Implantation de la société RAFAUT à Salbris**

Cette société située dans les Hauts de Seine est une entreprise de haute technologie qui collabore en particulier aux programmes AIBUS et RAFALE. Les responsables souhaitaient re-localiser une partie de leur production. Un bâtiment de 1500 m² leurs a été proposé par l'ADELEC qui a également assuré le parrainage du montage des dossiers d'aides économiques (Prime Régionale à l'Emploi...)



*A l'occasion de la séance publique de son Conseil d'administration
l'Urssaf de Loir-et-Cher vous propose une*

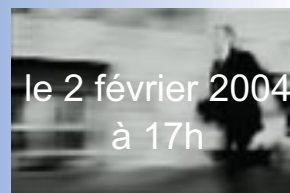
Conférence-débat
sur le thème

La Prévention des entreprises en difficulté



à la Maison des Entreprises
Salle Cheverny
16 rue de la Vallée Maillard
à BLOIS

En partenariat avec :



Pour plus d'informations, contactez Alexandra LOUET au 02 54 52 78 78

DU CÔTÉ DES SALONS...

► MIDEST 2003

Une quinzaine d'entreprises du Loir-et-Cher ont exposé leur savoir-faire technologique du 18 au 21 novembre dernier à Paris Nord Villepinte. La plupart d'entre elles s'étaient regroupées sur le pavillon de la région Centre. Afin d'inciter les PME/PMI du département à franchir le cap et à exposer, le Conseil Général, la Chambre de Commerce, la Chambre de Métiers et l'Agence de développement économique du département (ADELEC) s'étaient associées ; l'objectif étant de libérer au maximum les chefs d'entreprise de toutes contraintes administratives (réservation des stands, aménagement de l'espace...) et d'alléger une partie de l'investissement pour la location des stands.

Par ailleurs, ce fut l'occasion pour l'ADELEC d'inviter quelques donneurs d'ordres britanniques afin de favoriser des échanges avec des sous-traitants du département. Cette rencontre a pu se concrétiser grâce aux nouvelles relations que l'agence vient de nouer avec la CCFGB (Chambre de Commerce Française en Grande-Bretagne). Cette expérience se renouvellera en 2004 sur d'autres secteurs d'activités.

► SITL 2004

LOIR-ET-CHER,
CAPITAL LOGISTIQUE
9-12 MARS 2004
PARIS NORD VILLEPINTE
ESPACE COLLECTIF
RÉGION CENTRE HALL 5

► EQUIPMAG

13-16 SEPTEMBRE 2004
PARIS EXPO, PORTE DE
VERSAILLES



D'UN SIMPLE CLIC, TOUT SAVOIR SUR L'ÉCONOMIE DU LOIR-ET-CHER : WWW.ECONOMIE41.COM

L'Agence de Développement Economique de Loir-et-Cher (ADELEC) et l'Observatoire de l'Economie et des Territoires se sont associés pour créer un véritable portail Internet de l'économie de notre département. **Objectif : Promouvoir le dynamisme économique du Loir-et-Cher, notamment en matière d'accueil et d'implantation d'entreprise.**

Ce site a été conçu principalement pour répondre en quelques clics aux questions que peut se poser tout porteur de projet. Il apporte des renseignements sur les sources de financement, les appuis techniques, les locaux disponibles, les entreprises implantées et le nom de leurs principaux

responsables. Des moteurs de recherche très simples d'utilisation permettent d'accéder rapidement à la bonne information. Une mise à jour régulière donne à ce site la garantie de données fiables.

Par ailleurs, la richesse des thèmes abordés (atlas économique, fiches territoriales des communes et cantons, ...), la clarté de la lecture et la gratuité de son accès confère à cet outil un positionnement plus large pouvant susciter l'intérêt d'un vaste public (chefs d'entreprises, investisseurs, élus locaux, enseignants, étudiants ou encore demandeurs d'emploi).

Alors, tous à vos claviers !

REGARD

► **CSE MOBILITE, une aide efficace au recrutement et à la mutation**

Le succès d'une intégration en entreprise passe toujours par l'implantation réussie du salarié dans son nouveau cadre de vie. De ce constat est née il y a dix ans la société CSE Mobilité. Partenaire national de collecteurs du 1% logement, l'entreprise, en cours de certification iso 9001, est depuis un an implantée en Loir-et-Cher. Forte d'une organisation par délégation régionale et de correspondants locaux, CSE assure une solution logement complète aux nouveaux arrivants qui n'ont ni le temps ni les connaissances nécessaires à une recherche optimale.

Concrètement CSE Mobilité a pour mission de :

- trouver un logement aux familles,
- faciliter les démarches administratives,
- aider à la scolarisation ou à la garde des enfants,
- assister au déménagement,
- mettre en vente ou en location le logement de départ.

CSE Mobilité associe à la souplesse d'une intervention rapide et personnalisée, la rigueur d'un service unifié sur tout le territoire français.

Références : Caisse des dépôts, Darty, EDF, Michelin, Sollac...

Contact Loir-et-Cher :

Delphine GODEL : tél. 02 54 78 33 41

CSE Mobilité - 17-19 rue Michel Le Comte 75139 Paris Cedex 03

► **Chantier éducatif à visée d'insertion**

SPS est une association qui souhaite mettre en place des chantiers éducatifs rémunérés. Elle œuvre en faveur d'un rapprochement des jeunes en difficultés avec le monde du travail. Il s'agit pour un chef d'entreprise d'accueillir un petit groupe de 2 ou 3 jeunes, toujours accompagnés d'un éducateur pour effectuer des travaux (peinture, débroussaillage, lavage de véhicules...).

En contre partie SPS s'engage à accompagner et à suivre les jeunes, à s'assurer que les travaux soient effectués et de mettre, si besoin est, une assistance technique pour les travaux en cours.

Cette expérience ayant pour but d'aider des jeunes déscolarisés et connaissant des difficultés d'insertion socio-professionnelle à reprendre confiance, à leur faire découvrir leurs capacités, pour pouvoir faire émerger l'embryon d'un projet professionnel au travers du chantier, de l'environnement et des métiers qu'ils auront découverts.

Si cette action vous intéresse :

Arnaud Bois, Nicolas Gaume - Tél. 02 54 96 95 60

SPS - 13 rue de Haies - 41200 Romorantin

Les services de l'ADELEC certifiés iso 9001

Créée en 1990 au service de l'économie du Département de Loir-et-Cher au travers de 3 missions essentielles que sont :

- La recherche de nouveaux projets de délocalisation et d'implantation tant en France qu'à l'étranger,
- L'accompagnement des chefs d'entreprise du département dans leur développement,

Certifié ISO 9001 : 2000 par



n° 140414



Agence de Développement
Économique de Loir-et-Cher

- La promotion et l'animation du département en matière d'économie, l'ADELEC s'est forgée au fil des années une réelle expertise dans ces domaines, qui en fait aujourd'hui un partenaire incontournable du développement économique départemental.

Toujours soucieuse de mieux satisfaire ses clients qui sont en premier lieu les chefs d'entreprises porteurs de projets d'investissements, mais aussi les collectivités locales, en particulier les Communes du Loir-et-Cher, l'ADELEC a souhaité, au-delà de ses missions qui constituent le cœur de son métier, engager en 2001 une démarche qualité en vue de l'obtention de la certification ISO 9001-2000.

Après avoir été audité les 15 et 16 octobre derniers par l'organisme BVQI (Bureau Veritas Quality International), l'ADELEC a reçu le 27 novembre 2003, l'attribution officielle du certificat ISO 9001 version 2000.

La mise en œuvre d'une telle démarche répond à un double objectif :

- Démontrer à nos clients nationaux et internationaux notre expertise et notre professionnalisme,
- Et garantir vis-à-vis de nos organes de gestion une structure cohérente et efficace avec de bonnes pratiques de fonctionnement.



L'histoire à coups de marteau

Artiste médailleur titulaire d'un Grand Prix de Rome, Jacques Devigne s'est retiré au Poislay après avoir immortalisé des centaines d'hommes illustres et d'événements historiques.

Chez Jacques Devigne, l'histoire s'écrit à coups de marteau. Dans son petit atelier où s'alignent burins et ongles, l'artiste courbé sur sa matrice grave dans l'acier la mémoire d'un personnage illustre, d'un événement historique, d'un lieu consacré. « La médaille est vieille comme le monde » observe-t-il. « Elle procède du besoin d'immortalité et constitue souvent le seul vestige que l'on retrouve dans les fouilles archéologiques. Faire graver une médaille, c'est affirmer sa volonté d'entrer dans l'histoire ! »

Doué pour le dessin, fils d'un mécanicien ajusteur, Jacques Devigne s'est senti très tôt attiré par cette discipline à la fois manuelle, intellectuelle et artistique qui consiste à reporter l'empreinte en creux d'un dessin sur une forme d'acier qui servira ensuite à frapper une médaille. Elève de l'école Boulle, puis de l'Institut des Beaux-Arts, il a décroché un premier Prix de Rome en 1954 : la plus haute référence en la matière. Trois années durant, il a pu parfaire sa formation à la villa Médicis, au cœur de la ville éternelle où se concentrent les chefs-d'œuvre des arts plastiques.

Installé à son compte, il a ensuite travaillé pour la Monnaie de Paris, son principal donneur d'ordre, mais aussi pour quelques célèbres maisons d'orfèvrerie. « Il faut plusieurs mois pour mener à bien un projet » explique-t-il. « Si l'on vous demande de graver une médaille pour le cen-

tenaire du physicien Henri Becquerel, il convient d'abord de réunir une abondante documentation sur le personnage, recueillir des témoignages, mener une véritable enquête afin d'être en mesure de visualiser sur une surface de métal large comme la paume de la main, la quintessence de son œuvre ! »

En un demi-siècle de carrière, Jacques Devigne a ainsi rendu hommage à des centaines de peintres (Bruegel) écrivains (Balzac) hommes politiques (Jean Monnet) souverains pontifes (Paul VI) musiciens (Maurice Ravel). Il a célébré la centrale nucléaire de Pleumeur-Bodou comme le serment d'Hippocrate ou la Maison de la radio. Aujourd'hui âgé de 78 ans et retiré dans une tranquille maison du Poislay, tout au nord du Loir-et-Cher, il ne passe jamais une journée sans s'asseoir à son établi. « Je travaille pour la famille, pour la commune. Mais je ne cherche pas à susciter des vocations chez les jeunes. Il existe aujourd'hui des graveuses pilotées par ordinateur. Le métier est condamné... »



690 M² NEUNG-SUR-BEUVRON



ENVIRONNEMENT
EXCEPTIONNEL

Dans le parc d'un des châteaux les plus typiques de Sologne, atelier-relais d'une superficie de 690 m², comprenant une partie atelier, un bureau et sanitaires.

A VENDRE / A LOUER

2 000 M² VILLEFRANCHE-SUR-CHER



A la sortie immédiate de l'A85, bâtiment industriel d'une superficie de 2 000 m² comprenant 1 500 m² d'atelier et des bureaux en façade sur un terrain d'un hectare.

A VENDRE / A LOUER

ATELIER
BUREAUX VENDÔME



A proximité immédiate de la gare T.G.V. de Vendôme (Paris-Montparnasse 42 mn), dans un bâtiment de construction récente, bureaux disponibles à la location. 162 m² de bureaux à l'étage (cloisonnement amovible selon besoins) et 270 m² de locaux d'activité adossés à un bureau de 110 m².

A VENDRE / A LOUER

UNE OFFRE ADAPTÉE À VOTRE ENTREPRISE

L'Agence de Développement Economique de Loir-et-Cher (ADELEC) gère un fichier de bâtiments industriels disponibles sur l'ensemble du Loir-et-Cher. Nous sommes à votre disposition pour toutes précisions sur les bâtiments de votre choix et les visites sur site.

4 300 M² ROMORANTIN



En Sologne, à proximité immédiate de l'A85, bâtiment industriel de 4 300 m² adapté pour une activité logistique. Aides financières possibles (PAT, FEDER).

A VENDRE / A LOUER

6 900 M² BLOIS



A Blois, sortie A10, 6 900 m² comprenant 3 770 m² de locaux d'activité, chambres froides. Nombreux quais avec facilité de circulation et stationnement.

A VENDRE / A LOUER

3 650 M² PRUNIER-SUR-CHER



En Sologne, à proximité de l'A85, bâtiment industriel de 3 650 m² avec très bel ensemble de bureaux. Possibilité d'extension (terrain de 3,6 ha). Aides financières possibles (PAT, FEDER).

A VENDRE / A LOUER

2 000 M² MONT-PRÈS-CHAMBORD



En Sologne, bâtiment industriel de 2 000 m² situé en zone industrielle sur un terrain goudronné et clôturé de 10 000 m², comprenant 3 quais de chargement et 2 portes sectionnelles. Adapté pour une activité de logistique.

A VENDRE / A LOUER

Près de 150 bâtiments disponibles
sur www.economie41.com

CONTACT : b.ouzilleau@adelec.com



Agence de Développement Economique de Loir-et-Cher
1, avenue de la Butte • 41000 BLOIS
Tél. 02 54 42 42 05 • Fax 02 54 42 42 48

GRATUIT

Près de **2000 savoir-faire** industriels
répertoriés **en un seul document**

Pour vos recherches de sous-traitants,
fournisseurs, clients et donneurs d'ordre,
une information pertinente, stratégique et fiable.

Guide disponible à l'ADELEC
Mars 2004
Consultable en ligne
www.economie41.com

NOUVEAU

disponible sur
CD ROM



Agence de Développement Economique de Loir-et-Cher
1, avenue de la Butte - 41000 Blois
Tél. 02 54 42 42 05 - Fax 02 54 42 42 48
Email : info@adelec.com