

N°461 - JUILLET-AOÛT 2026 - 9,90 €

Le Journal des Entreprises

RÉGION SUD

www.lejournaldesentreprises.com

VAR

Le Groupe Ladouceur
prend le contrôle
de Riviera Villages

L'enquête

INVESTISSEMENTS
ÉTRANGERS : UN TRIOMPHE
ET DES INQUIÉTUDES

ALPES-MARITIMES

Romain Condello,
le pilote de chasse
devenu entrepreneur

BOUCHES-DU-RHÔNE

Carbon abandonne son
projet de gigafactory

VAR

Tethys agrandit
son usine pour monter
en puissance

Thierry Verne dirige
Olyos Group, spécialiste
international des produits
de santé naturelle, basé
à Sophia Antipolis.

ALPES-MARITIMES

Olyos se rêve en leader des compléments alimentaires



TOUS ENSEMBLE NOUS ASSURONS,
DEPUIS 20 ANS,
LE FUTUR DE NOS CLIENTS
AVEC AGILITÉ ET ENGAGEMENT.



CODIR du Groupe GSAPRADO Assurances

20 ANS À BÂTIR DEMAIN

Merci à nos 76 collaborateurs,
nos clients et partenaires.

www.gsaprado.fr

Intermédiaire d'assurances

Pour contacter votre correspondant par courriel :
initiale.prénom.nom@lejournaldesentreprises.com

ÉDITION RÉGION SUD

Oui Coworking,
Allée de Colombe,
13821 La Penne-sur-Huveaune

RÉDACTION

Courriel : region-sud@lejournaldesentreprises.com

Responsables d'édition :

Hélène Lascols, 06 67 12 50 45

Didier Gazanhes

Journalistes : Olivia Oreggia, 06 24 57 39 60

Audrey Savournin, 06 59 32 69 70

PUBLICITÉ

Directrice de clientèle :

Laurence Acedo, 06 69 49 76 13

Coordinatrice commerciale :

Virginie Clouté, 06 75 96 03 04

Assistante commerciale publicité :

Béatrice Ollivier, 07 88 75 80 50

SOCIÉTÉ ÉDITRICE

Manche Atlantique Presse

1, allée Baco BP 73207 - 44032 Nantes Cedex 1

Capital social : 10 000 €

Actionnaire majoritaire : Financière Gaspard

Directeur général, directeur de la publication :

Bruno Dussourt

Directeur des rédactions : Philippe Flamand

Directeur commercial et du développement :

Valérie Asti, 06 24 16 40 13

Directrice stratégie, diversification et

communication :

Emmanuelle Bouron, 06 60 96 82 51

Rédacteur en chef : Stéphane Vandangeon

Rédacteurs en chef adjoints :

Gwenaëll Lyvinec, Florent Godard

Rédacteur en chef technique : Christophe Beluin

Responsable numérique et data :

Sabine Dechaume

Directrice marketing et ventes :

Stéphanie Woelffel

Chargé marketing et événementiel :

Valentin Rezqi

Chargé de développement commercial

Abonnements : Karina Bordier

Diffusion, abonnements :

0 810 500 301 Service 0,06 € / min
+ prix appel

abonnement@lejournaldesentreprises.com

Abonnement papier + numérique

1 an (10 numéros + 1 hors-série) : 390 €

N° ISSN : 2260-3115

N° de CPPAP : 1228 T 94793

Dépôt légal : à parution

Imprimeur : Data One

ZAC Les Champs Chouette - BP 200

27600 Saint-Aubin-sur-Gaillon

Imprimerie labellisée

Imprim'Vert et certifié PEFC™ et FSC®

Papier : Artic Paper de Grycksbo, Suède

Taux de fibres recyclées : 0 %

Eutrophisation : Ptot 0,02 kg/tonne.

La reproduction ou l'utilisation sous
quelque forme que ce soit de nos articles
ou informations est interdite.

Photo de couverture : Olyos Group



Entre nous

Choose France brille, Carbon s'éteint

Alors qu'Emmanuel Macron a, pour la neuvième et dernière fois, mis en scène l'attractivité française avec un nombre record d'investissements étrangers, un projet majeur, franco-français, a jeté l'éponge. La start-up lyonnaise Carbon a annoncé, le 19 mai, l'abandon de son projet de gigafactory de panneaux solaires à Fos-sur-Mer, près de Marseille. Pourtant, son dirigeant et fondateur, Pierre-Emmanuel Martin, avait accepté d'endosser le rôle « de démontrer que l'impossible est possible. » A priori, l'impossible l'a emporté. Quelques mois plus tôt déjà, cent dirigeants d'entreprises et organisations professionnelles s'étaient mobilisés sous une bannière commune, Provence Fabrique des possibles, pour mettre la pression sur l'État, craignant justement de voir certains grands projets du renouveau industriel de Fos s'envoler. L'avenir leur a donné raison, mais ce n'est pas la faute de l'État français.

Dans son message, Carbon pointe directement les hésitations européennes. L'entreprise estime que l'Union européenne, malgré l'adoption du Net Zero Industry Act, n'a jamais créé les conditions permettant l'émergence d'une véritable industrie photovoltaïque continentale face à la concurrence asiatique, en particulier chinoise. Alors qu'Outre-Atlantique, Washington injecte des centaines de milliards de dollars en crédits d'impôt directs pour toute unité de production sur sol américain.

Dans ces conditions, l'entreprise a jugé impossible de convaincre investisseurs et financeurs de s'engager sur un projet aussi capitalistique. Le plus triste, c'est que cet abandon a fait couler bien moins d'encre que Choose France et ses milliards. Pourtant, avec Carbon, ce sont 1,5 milliard d'euros qui ne seront pas investis sur le territoire et 3 000 emplois qui ne verront pas le jour.

L'une des seules réactions officielles est venue de l'UPE 13 (Union pour les entreprises des Bouches-du-Rhône) et du GMIF (Groupement maritime et industriel de Fos et sa région), qui dans un communiqué commun ont regretté cet abandon et appelé à ce qu'il soit entendu comme « un signal d'alerte ». Pour les deux organisations, il illustre l'écart persistant entre les ambitions affichées en matière de souveraineté industrielle européenne et leur traduction réglementaire concrète. Un discours à l'opposé des belles intentions de Choose France — vitrine d'une France où créer une usine serait presque une évidence, à condition, apparemment, de ne pas être européen et de ne pas fabriquer de panneaux solaires.

LA RÉDACTION DE L'ÉDITION RÉGION SUD



Hélène Lascols
Responsable d'édition



Olivia Oreggia
Journaliste



Audrey Savournin
Journaliste

Sommaire



© QISTA

16



© AUDREY SAVOURNIN

27



© DR

32



© C. WASSILIEFF/MARINE NATIONALE

40

06 L'actu

- 06 Otrera boucle sa deuxième levée de fonds de 17 millions d'euros
- 07 La Banque Populaire Méditerranée investit 20 millions d'euros dans son siège social à Nice
- 08 Proman s'implante en Australie avec l'acquisition de Protech
- 10 Seacure Geocorail lève 7,4 millions d'euros pour lutter contre l'érosion côtière et régénérer la biodiversité marine
- 11 La start-up YouStock fait l'acquisition du parisien Bedel, acteur historique de garde-meubles

12 Business

Olyos se rêve en leader des compléments alimentaires

- 16 Qista lance un piège à moustiques plus compact pour s'ouvrir de nouveaux marchés
- 17 Étienne Nicoletti : « Nous voulons attirer des entreprises locales dans nos hôtels »
- 18 L'école Mouratoglou s'ouvre aux enfants des entreprises de Sophia Antipolis
- 20 Gelvar met les bouchées doubles et investit à Signes dans le Var
- 22 Le Groupe Ladouceur prend le contrôle de Riviera Villages et vise plus grand
- 23 Tethys agrandit son usine pour monter en puissance
- 24 En rachetant Lutam, Olympic Location s'implante sur la Côte d'Azur
- 26 La Boîte Immo change de dimension avec le rachat d'Opinion System
- 27 Comme Avant investit un million d'euros dans des locaux à sa mesure

28 RSE

- 28 Thalasseo trace sa feuille de route avec ses salariés
- 30 Pizzorno Environnement mobilise 27,5 millions d'euros pour améliorer le tri des déchets
- 31 Ovi se lance déjà dans le reconditionnement de ses fontaines à eau innovantes

32 Start-up

- 32 Hoppi aide médecins et recruteurs à se trouver
- 34 Hackmosphere transforme le piratage informatique en atout compétitif
- 35 Askleia lève 2,3 millions d'euros pour optimiser la production de biomédicaments

36 Saga

L'Occitane en Provence. Le groupe qui a transformé la Provence en marque mondiale

40 Rencontre

- 40 Romain Condello, de pilote de chasse à entrepreneur dans les volets roulants
- 43 Têtes d'affiche

44 Territoires

- 44 Carbon abandonne son projet de gigafactory à Fos-sur-Mer
- 46 Mathieu Garotta (Fondation Université Côte d'Azur) : « Avec le Cercle, Université Côte d'Azur et entreprises vont agir ensemble »
- 47 RisingSud : 435 entreprises accompagnées en 2025



48 L'enquête

Investissements étrangers : un triomphe et des inquiétudes

54 Comment j'ai fait

- 54 Ingrid Rodriguez (Infiniglass) : « Nous investissons au quotidien dans la prévention santé pour protéger nos salariés »
- 56 Laurent Leclerc, cofondateur de Smappen : « Nous menons les entretiens annuels de manière collective »

58 Best of de l'innovation

- 56 L'actu de nos 9 éditions en régions

60 L'éco en France

- 60 Les entreprises doivent s'adapter à un monde devenu incertain
- 62 L'élite de l'hôtellerie française se concentre sur trois territoires
- 63 Le tableau de bord du dirigeant

64 Le grand témoin

François Guérin, président du collectif Dirigeants Responsables, PDG de Cetih :
« L'entreprise est un lieu où l'on fait société »

© UNICA

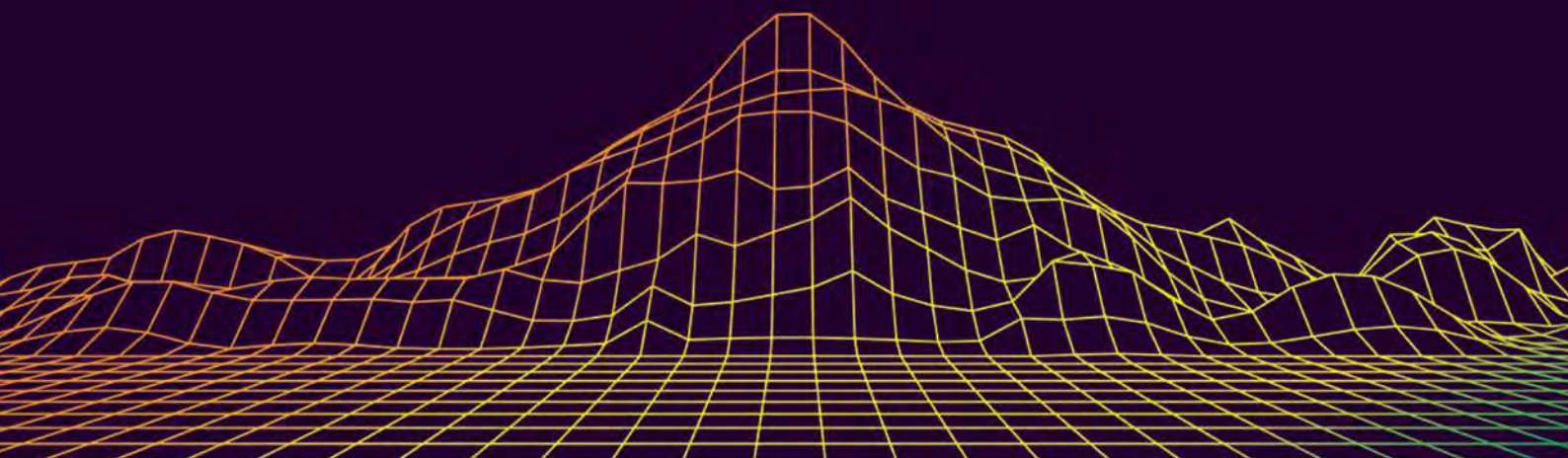


46

© HÉLÈNE LASCOLS



54



CIC Entreprises
On accompagne une PME^[1] sur trois^[2]
pour relever les défis à venir.



Construisons pour que le monde bouge.



Frédéric Varaine et Jean-Eric Lucas, les deux fondateurs et dirigeants d'Otrera New Energy.



© EHA

AIX-EN-PROVENCE **NUCLÉAIRE**

Otrera boucle sa deuxième levée de fonds de 17 millions d'euros

La deeptech nucléaire Otrera New Energy a bouclé une levée de fonds de 17 millions d'euros, réunissant un écosystème d'actionnaires stratégiques de premier plan parmi lesquels EDF. Ce financement lui permet d'avancer dans son projet d'usine en Normandie.

La deeptech aixoise Otrera New Energy (40 collaborateurs), spin off du CEA, a annoncé une levée de fonds de 17 millions d'euros supplémentaires. De quoi sécuriser encore un peu plus son projet d'usine de fabrication de composants pour réacteurs nucléaires de 4^{ème} génération à Cherbourg-en-Cotentin, annoncé en avril 2026. Un investissement chiffré à plus de 40 millions d'euros.

EDF a rejoint les contributeurs historiques du normand : le groupe vitrollais ADF, le Fonds Exergon, Ingerop, le varois Fortil Group, le fonds Normandie Participations, le marseillais Onet Technologies, le groupe REEL et le Groupe SNEF. Cette nouvelle étape marque l'entrée du programme dans une phase d'ingénierie avancée et de préparation industrielle, avec l'ambition de faire émerger une nouvelle génération de réacteurs nucléaires compacts, compétitifs et conçus pour un déploiement industriel.

« Notre approche reste inchangée : avancer avec méthode, consolider les choix techniques, structurer les partenariats industriels et réduire rigoureusement les risques, expliquent Frédéric Varaine, président fondateur d'Otrera

New Energy, et Jean-Éric Lucas, vice-président et cofondateur. Le nucléaire avancé exige du temps, de l'exigence et une vision industrielle de long terme. En réunissant autour de nous le groupe EDF, des fonds d'investissement de renom et des industriels prestigieux de la supply chain nucléaire, nous construisons dès aujourd'hui les fondations de la relance du nucléaire de 4^e génération. »

UN TROISIÈME TOUR DE TABLE ATTENDU

Il s'agit de la deuxième levée de fonds d'Otrera New Energy, dont les deux fondateurs restent majoritaires. La première, achevée début 2026, avait sécurisé un total de 20 millions d'euros. Otrera New Energy a déjà annoncé son intention de lancer, d'ici la fin de l'année, une « nouvelle levée de fonds d'au moins 40 millions d'euros » pour financer la montée en puissance opérationnelle et technique de la société. Il s'agira de sécuriser les études d'ingénierie avancées, la montée du niveau de maturité technologique des composants critiques et l'accélération du projet de l'usine qui devrait entrer en production en 2029.

Olivia Oreggia

AIX-EN-PROVENCE **RECRUTEMENT**

Gojob élargit sa collaboration avec Verallia à l'international

L'aixoise Gojob (250 salariés, CA 2024 : 200 M€), pionnier français du recrutement par l'intelligence artificielle, élargit sa collaboration avec Verallia (11 000 salariés, 35 usines verrières dans 12 pays ; CA 2025 : 3,3 Md€), troisième producteur mondial de l'emballage en verre. L'entreprise, qui avait déjà mis en place l'automatisation de la préqualification par l'IA en France grâce à Gojob talent, étend désormais cette solution à l'Allemagne et au Brésil. Verallia souhaite ainsi optimiser le traitement des candidatures tout en renforçant la marque employeur.

VAUCLUSE **TRANSITION ÉNERGÉTIQUE**

Æternova et CY Cergy Paris Université signent un partenariat stratégique

La deeptech vauclusienne Æternova, basée à Pertuis près d'Aix-en-Provence, et le Laboratoire de Physicochimie des Polymères et des Interfaces (LPPI) de CY Cergy Paris Université unissent leurs expertises scientifiques et technologiques pour franchir une nouvelle étape dans l'industrialisation de procédés électrochimiques bas-carbone. Ce partenariat de recherche vise notamment à améliorer les performances de la technologie développée par la start-up spécialisée dans la valorisation du CO₂ en molécules d'intérêt pour l'industrie.

RÉGION SUD **COMMERCE**

Le varois Maison Sarroche signe l'acquisition de l'azuréen Moulin de Flor

Basée au Pradet, l'entreprise familiale Maison Sarroche (3,6 M de CA en 2025), qui compte 19 boulangeries-pâtisseries-salons de thé essentiellement dans le Var, vient de faire l'acquisition du Moulin de Flor, dont le siège social est à Cagnes-sur-Mer et le laboratoire à Saint-Laurent-du-Var. Ce rapprochement stratégique, accompagné par le cabinet de conseil Smart Partners, permet au nouveau groupe de renforcer son ancrage local et sa position face aux enseignes nationales. Le réseau est désormais composé de 29 boutiques entre le Var et les Alpes-Maritimes.



© OLIVIA OREGGIA

RÉGION SUD **BANQUE**

La Banque Populaire Méditerranée investit 20 millions d'euros dans son siège social à Nice

Le siège social de la Banque Populaire Méditerranée (2 044 collaborateurs, PNB 2025 : 419,5 M€), implanté au cœur de l'Arenas face à l'aéroport de Nice, va subir la première véritable rénovation de son histoire. Le chantier, qui va démarrer dans les prochaines semaines, s'élève à 20 millions d'euros et mobilisera des entreprises du territoire. « C'est important de le faire à des périodes compliquées comme celle que nous traversons actuellement, souligne Sabine Calba, directrice générale de la BPMed. Cela permet ainsi de faire travailler les entreprises à des périodes où elles en ont besoin. » Le bâtiment, où travaillent 350 collaborateurs, a été construit en 1989 et est, depuis, « dans son jus. Bien qu'il soit très sain, et même sous géothermie depuis l'origine, il avait besoin d'être refait. » Le cabinet marseillais Rubikle a remporté l'appel d'offres pour transformer les 24 000 m² et 5 étages.

CANNES **NUMÉRIQUE**

Le cannois Policloud signe un accord-cadre de 580 millions d'euros avec CloudGrid Energy

Policloud (groupe Antimatter) a signé un accord-cadre de 580 millions d'euros avec CloudGrid Energy, basé dans les Alpes-de-Haute-Provence. Lancé par David Gurlé, ancien PDG et fondateur français de la licorne américaine Symphony, revenu s'implanter à Cannes, Policloud propose de petits centres de calcul à haute performance hébergés dans des containers et alimentés exclusivement par des sources d'énergies renouvelables, notamment des centrales solaires, des parcs éoliens, des installations de biomasse et des infrastructures de recharge pour véhicules électriques. L'accord prévoit 280 unités, 29 000 GPU pour une capacité énergétique totale de 35 MW sur des sites d'énergie renouvelable dans cinq pays européens (France, Allemagne, Italie, Espagne, Suède) d'ici la fin 2027. La première unité fonctionne déjà en France, dans l'Aube. Le nouvel objectif affiché par la deeptech est désormais d'atteindre non plus les 100 Policlouds d'ici fin 2027, mais les 1 000 unités d'ici fin 2030.



© NAWAH

BOUCHES-DU-RHÔNE **INDUSTRIE**

Nawah industrialise sa technologie à Dayton, aux États-Unis

La deeptech Nawah (50 collaborateurs), dont le siège est à Rousset près d'Aix-en-Provence, a inauguré sa première usine destinée à industrialiser la production de ses tapis de nanotubes de carbone alignés verticalement (VACNT), à Dayton, aux États-Unis. Un choix stratégique effectué au vu de la politique américaine de taxations douanières. Avec ce site de 3 500 m², qui a mobilisé 10 millions de dollars d'investissement et regroupe 11 salariés, Nawah vise 30 millions de dollars de chiffre d'affaires à horizon 2030. Les VACNT permettent d'améliorer les performances des matériaux composites.

MARSEILLE SANTÉ

Tafalgie Therapeutics obtient 380 000 euros du Feder

La biotech marseillaise Tafalgie Therapeutics vient d'obtenir un soutien de 380 000 euros du Fonds Européen de Développement Régional (Feder) afin d'accélérer le développement de son programme innovant dans le traitement de la douleur. Un candidat médicament sans opioïdes, sans effet secondaire, qui est protégé par quatre brevets détenus par le CNRS et Aix-Marseille Université. Issue de la recherche académique et membre du pôle de compétitivité Eurobiomed, la start-up est actuellement engagée dans les phases précliniques de développement de ses candidats thérapeutiques.

VAR BÂTIMENT

Le groupe Piersanti cède son activité dédiée à la construction, PierSoBat

Le groupe varois Piersanti cède sa filiale PierSoBat (CA : 10 M€), entreprise du bâtiment, gros œuvre, construction individuelle et collective. Le repreneur, Julien Besombes, a travaillé pour un promoteur immobilier qui intervenait notamment dans la création de centres médicaux et de pharmacies, avant de créer Maxipharma dont il est actionnaire majoritaire et qu'il a revendu. À travers cette opération, le groupe Piersanti (une soixantaine de salariés), dirigé par Fabien Piersanti, souhaite recentrer ses activités immobilières notamment autour de la promotion immobilière.



© OLIVIA OREGGIA

MANOSQUE INTÉRIM

Proman s'implante en Australie avec l'acquisition de Protech

Le groupe provençal Proman (CA 2025 : 4,6 Md€, 6 500 collaborateurs), comptant parmi les 10 premières entreprises de travail temporaire au monde, s'implante en Australie avec l'acquisition d'une participation majoritaire dans Protech, dixième acteur national des entreprises de travail temporaire et de recrutement avec 427 millions d'euros de chiffre d'affaires (650 M AU\$) et plus de 26 agences. Pour Proman, qui confirme son objectif de franchir les 5 milliards d'euros de chiffre d'affaires, l'Australie constitue une véritable base de déploiement pour se développer dans toute la zone Asie Pacifique. « Ce rapprochement, avec des spécialistes du recrutement dans des secteurs techniques tels que l'ingénierie, l'industrie manufacturière ou l'énergie vient enrichir l'offre de services du groupe », déclare Roland Gomez, président du groupe Proman. Le groupe fondé par son père est désormais présent dans 19 pays. Il compte 1 370 agences et fait travailler plus de 110 000 collaborateurs intérimaires chaque jour.

CARPENTRAS AGROALIMENTAIRE

Minimiil internalise sa production dans le Vaucluse

Après une phase de sous-traitance à Clermont-Ferrand, où elle a été fondée en 2023, la start-up et marque de shots probiotiques minimiil internalise l'intégralité de sa production à Carpentras, dans le Vaucluse. Elle y intègre Ma Première Usine, pépinière d'entreprises de production agro-industrielle. Sur 180 m² dédiés, minimiil installe une ligne de production entièrement certifiée bio, couvrant l'ensemble du processus : de la fermentation des laits végétaux jusqu'à la mise en bouteille. L'entreprise a investi 235 000 euros dans des équipements industriels acquis en propre et vise une capacité de 480 000 shots par an dès juin 2026. Cette décision s'inscrit dans sa stratégie de croissance, portée par la levée de fonds d'un million d'euros réalisée notamment auprès de Newfund, qui avait identifié l'internalisation de l'outil de production comme une étape clé du développement de minimiil. Une première personne a été embauchée sur site, portant à quatre le nombre total de collaborateurs.

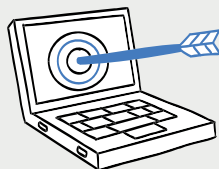


© SANTIANE

ALPES-MARITIMES ASSURANCE

Le groupe niçois Santiane en passe de rejoindre le nantais Kereis

Courtier en ligne spécialiste de l'assurance, le groupe Santiane est entré en négociation exclusive avec le nantais Kereis (178 M€ de CA en 2025 en France), spécialiste de la prévoyance individuelle, « en vue d'un rapprochement stratégique ». Fondé à Nice en 2006 par Christophe Courtin, Santiane (280 collaborateurs CA 2023 : 119 M€) est détenu depuis 2020 par Latour capital. La nouvelle entité compterait plus de 2 000 collaborateurs, près de 20 millions de clients accompagnés et une présence dans 7 pays européens.



NOUVEAU

PUBLIEZ VOS ANNONCES LÉGALES

sur le site du Journal des Entreprises

Le Journal des Entreprises est désormais habilité
à diffuser les annonces légales dans les départements
de Loire-Atlantique (44) et de Paris (75).

je dépose
une annonce légale



RÉACTIVITÉ

Attestation de parution immédiate et gratuite.
À la fin de votre commande, vous recevrez
votre attestation de parution par mail pour
votre dépôt.

SIMPLICITÉ

Nous vous simplifions la saisie de votre annonce
légale grâce à nos formulaires prédéfinis
et l'affichage de votre annonce en temps réel.

ACCOMPAGNEMENT

Notre équipe vous accompagne et se tient
à votre disposition pour vous aider.



Publiez vos annonces dans tous les départements
en partenariat avec la plateforme JAL – Journal d'Annonces Légales
du groupe Les Échos Le Parisien»

Déposez votre annonce légale sur

<https://annonces-legales.lejournaldesentreprises.com>

ou en scannant le QR code



Le Journal
des Entreprises



MARSEILLE **MARITIME**

Seacure Geocorail lève 7,4 millions d'euros pour lutter contre l'érosion côtière et régénérer la biodiversité marine

La marseillaise Seacure (16 salariés) a bouclé une augmentation de capital de 7,4 millions d'euros menée par le Fonds Révolution Environnementale et Solidaire, géré par Crédit Mutuel Impact. Cette opération a bénéficié du soutien d'actionnaires historiques, dont les fonds gérés par Truffle Capital, incluant notamment ceux pour le compte de la CCR et du FRR, et des Business Angels. Fondée en 2011, l'entreprise développe des solutions innovantes pour protéger le littoral, les ouvrages maritimes et l'environnement grâce à son procédé breveté de roche artificielle Geocorail. Elle intervient en France, en Espagne ou à Dubaï. « Cette levée de fonds marque une étape structurante pour Seacure qui entre dans une phase d'accélération industrielle et commerciale afin de répondre à un enjeu mondial croissant », souligne Christophe Souillart, président de Seacure qui avait déjà bouclé un tour de table de 2,7 millions d'euros en 2021.



MARSEILLE **TRANSPORT**

CMA CGM déploie le plus grand porte-conteneurs en exploitation battant pavillon français

Le marseillais CMA CGM (160 000 collaborateurs, CA 2025: 54,4 Md\$), dont le chiffre d'affaires est en recul de 0,2 % (13,23 Md\$) par rapport au premier trimestre 2025, poursuit son engagement pour la transition énergétique du transport maritime avec le CMA CGM Notre Dame, qui vient de lui être livré. Ce navire dernière génération propulsé au gaz naturel liquéfié, long de 400 mètres et d'une capacité de 24 212 conteneurs, est le plus grand porte-conteneurs battant pavillon français.

TOULON **EDITION DE LOGICIELS**

Ennovia installe sa solution de maintenance à bord d'une Frégate canadienne

La PME toulonnaise Ennovia (20 personnes), spécialisée dans l'assistance numérique à la maintenance industrielle, annonce le déploiement de sa solution QuickBrain pour la maintenance des frégates de classe Halifax. Ce contrat s'appuie sur un partenaire sur place, Innovmarine, où 4 emplois ont été créés. La solution d'Ennovia a été sélectionnée par le Department of National Defence à l'issue d'un processus d'homologation, pour une mise en exploitation auprès de la Marine Royale Canadienne. QuickBrain est désormais opérationnel sur la première des 12 frégates de classe Halifax dont dispose le Canada. Il s'agit pour Ennovia d'une étape majeure, confirmant sa stratégie à l'export. La PME réalise aujourd'hui 35 % de son chiffre d'affaires à l'export, avec des succès au Royaume-Uni, en Belgique ou dans plusieurs pays du Golfe.

MARSEILLE **AGROALIMENTAIRE**

Provence Chips, fabricant des Chips d'Allauch, en liquidation judiciaire

L'entreprise familiale Provence Chips (9 salariés ; CA : NC), qui fabriquait les Chips d'Allauch depuis 1976, aux portes de Marseille, a été placée en liquidation judiciaire le 19 mars 2025. À l'origine de la cessation de paiements : des pannes de friteuse qui ont perturbé la production en 2024 puis entraîné son arrêt en 2025, en pleine période porteuse des fêtes de fin d'année. Réparation trop incertaine, remplacement trop coûteux, l'Allaudien n'a pas pu poursuivre son activité. Des propositions de reprise auraient été transmises au tribunal.

SOPHIA ANTIPOLIS **CYBERSÉCURITÉ**

Le groupe Squad, acteur de la cybersécurité, rachète Lovell Consulting

Acteur de la cybersécurité basé à Sophia Antipolis, le groupe Squad (CA budgété en 2026 : 135 M€) signe une nouvelle opération de croissance externe. Après Newlode en 2024, il fait l'acquisition de Lovell Consulting (38 collaborateurs, CA 2025 : 4,2 M€), cabinet de conseil à Paris, spécialisé dans la gestion des risques et la gouvernance de la sécurité des Systèmes d'Information, créé en 2019. « Avec Lovell, nous adressons un nouveau pan de la cybersécurité : le conseil stratégique », souligne Marc Brua, dirigeant du groupe Squad.



NICE SERVICES

La start-up YouStock fait l'acquisition du parisien Bedel, acteur historique de garde-meubles

Après une première acquisition en 2024, celle de l'anglais Stored, la start-up niçoise YouStock rachète Bedel, « la plus ancienne marque de garde-meubles en France, fondée en 1866 », basée à Neuilly-sur-Marne. L'entreprise azuréenne, née en 2015 et dirigée par Pierre Charvet, a fait du stockage un service digitalisé ultra-innovant. Elle souhaitait se développer en BtoB. Voilà qui est chose faite avec Bedel, spécialiste du transfert, garde-meubles et déménagement de haute expertise pour grands comptes, dont le dirigeant, Laurent Levy, partait à la retraite. « On s'appuie sur ce qu'ils ont construit : une réputation et des équipes solides, et on leur donne les outils pour aller encore plus loin. C'est l'essence même de notre stratégie de build-up », souligne Pierre Charvet. YouStock (35 salariés, CA : nc) est présente dans 7 métropoles européennes. Elle gère plus de 26 000 m³ de stockage pour le compte de 17 500 clients, et entend tripler de taille d'ici cinq ans.



NICE NUMÉRIQUE

MySunBed lève 1,6 million d'euros pour se déployer sur les plages du monde entier

La start-up niçoise MySunBed (12 collaborateurs), qui se présente comme « le Booking.com de la plage privée », a levé 1,6 million d'euros auprès d'investisseurs locaux et européens. Avec sa marketplace pour réserver son transat et son logiciel dédié aux établissements balnéaires, elle est présente sur une centaine de plages françaises et depuis fin 2025 à l'international (Italie, Dubaï, Maroc, Espagne, Mexique) où elle a de fortes ambitions. L'entreprise vise un chiffre d'affaires de 1,3 million d'euros en 2026.

VAR INDUSTRIE

Le groupe varois Oreca lance un fonds de dotation dédié aux enfants en difficulté

Le groupe varois Oreca (CA : 154 M€), connu pour ses activités dans le sport automobile, annonce la création du Fonds de dotation Oreca Hugues de Chaunac, qui intervient autour de trois axes prioritaires : le handicap et l'enfance, les enfants hospitalisés, la maltraitance infantile. Il déploie deux champs d'action : un soutien financier direct aux associations partenaires et du mécénat de compétences mobilisant les expertises du groupe. Un premier soutien est apporté à La Maison Bleue, qui reçoit chaque semaine à Marseille une douzaine d'enfants autistes.

BOUCHES-DU-RHÔNE TRAVAUX PUBLICS

Le groupe NGE acquiert Clarac Espaces Verts en Ariège

Le groupe NGE (CA : 5 Md€ ; 25 000 collaborateurs), dont le siège est dans les Bouches-du-Rhône, annonce l'acquisition de Clarac Espaces Verts (CA : 6,50 M€, 35 collaborateurs), située à Pamiers, en Ariège. Il poursuit ainsi sa stratégie nationale visant à mailler le territoire avec des spécialistes des espaces verts intégrés à ses « agences » multimétiers. NGE Paysages compte désormais 12 implantations et rassemble 300 collaborateurs. Clarac Espaces Verts accompagne un portefeuille de clients varié composé de particuliers, d'acteurs privés et de collectivités territoriales.

BOUCHES-DU-RHÔNE INDUSTRIE

100 millions d'euros vont être engagés lors du prochain arrêt du site pétrochimique de Berre

Repris début mai par le fonds allemand Aequita via sa nouvelle filiale Velogy, le site pétrochimique de Berre-l'Étang entre dans une nouvelle phase de développement. La direction a confirmé la préparation du prochain « grand arrêt » de maintenance prévu en 2029, qui mobilisera plus de 100 millions d'euros pour des opérations réglementaires, de sécurité et de modernisation. L'objectif affiché est de restaurer la compétitivité du site, qui emploie près de 1 000 salariés. En parallèle, plusieurs projets visant à réduire les consommations d'énergie et les émissions de CO₂ devraient être lancés d'ici deux ans. Velogy renonce toutefois à atteindre l'objectif de réduction de 30 % des émissions de carbone fixé pour 2030. Les investissements nécessaires (estimés entre 100 et 150 millions d'euros supplémentaires) sont reportés au cycle suivant, avec un horizon désormais fixé à 2035.



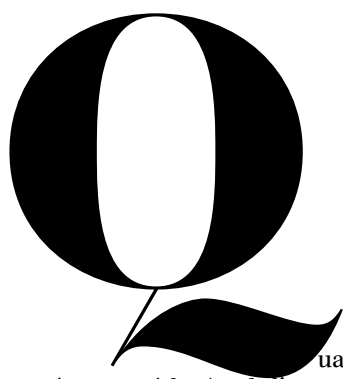
Thierry Verne dirige Olyos Group depuis 2020.

© OLYOS GROUP

OLYOS SE RÊVE EN LEADER DES COMPLÉMENTS ALIMENTAIRES



Spécialiste international des produits de santé naturelle basé à Sophia Antipolis, Olyos Group se donne moins de cinq ans pour devenir numéro 1 des compléments alimentaires en France et multiplier par deux son chiffre d'affaires, menant de front une double poussée de croissance, à la fois externe et organique.



Quand Thierry Verne est arrivé en 2020 à la tête de l'entreprise - qui s'appelait encore EA Pharma - celle-ci réalisait un chiffre d'affaires de 40 millions d'euros pour un peu plus de 200 collaborateurs. Six ans plus tard, devenu Olyos Group et toujours soutenu par Motion Equity Partners, le groupe pharmaceutique international spécialisé en santé naturelle et nutrition a fait un grand bond, affichant 200 millions d'euros consolidés pour l'année 2025 - dont 40 % à l'international - et un effectif mondial de 650 personnes. « Et notre ambition est d'arriver, d'ici à 2030, à 400 millions d'euros », résume le dirigeant de l'entreprise basée à Sophia Antipolis.

L'ITALIEN SOMATOLINE RACHETÉ EN 2026

La croissance d'Olyos est notamment mécanique, fruit d'acquisitions successives, essentiellement à l'international et réalisées au rythme d'une par an. Une cadence qu'elle compte bien conserver.

Dernière opération en date, annoncée en mars 2026: l'intégration de Somatoline, spécialiste des soins minceur fondé en Italie en 1973 et présent en France depuis 2008. Déjà actif sur ce segment via des compléments alimentaires et sa marque EA Fit, le groupe azuréen a ainsi pu élargir son offre vers la cosmétique.

« C'est complémentaire. Cela permet de parler au même consommateur en termes de routine de soin, plutôt que d'un seul produit, précise Thierry Verne. C'est aussi ce que nous développons par exemple avec le collagène que nous avons en complément alimentaire et pour lequel nous avons également lancé une gamme de dermo-cosmétique anti âge. »

SIX ACQUISITIONS EN SIX ANS

Quelques mois plus tôt, fin 2025, il y avait eu l'acquisition de NewScience (CA: 20 M€) implanté au Chili. Encore avant, celle, en 2020, du français Labcatal, basé

« Dans nos cibles d'acquisition, il nous faut un ADN commun: le naturel et l'efficacité. Pas l'un ou l'autre, mais bien les deux. »

Thierry Verne, pdg d'Olyos Group

en région parisienne, de l'espagnol Drasanvi en 2021 (CA: 15 M€ au moment du rachat), de l'italien Stardea en 2022, de l'américain W Group en 2023. « Nos priorités de ciblage sont la France, l'Italie et l'Espagne, afin de consolider nos positions et avoir une taille critique plus importante encore, ainsi que l'Amérique latine où nous réalisons plus de 30 millions d'euros, reprend le dirigeant. Ensuite, il nous faut un ADN en commun, à savoir le naturel et l'efficacité. Pas l'un ou l'autre, mais bien les deux. Enfin, il nous faut une marque qui ait une forte notoriété auprès des pharmaciens. Quant à la complémentarité en termes de segments, c'est la cerise sur le gâteau. »

DEUX USINES ET DE LA FLEXIBILITÉ

Grâce à toutes ces opérations de croissance externe, Olyos compte deux sites de production, l'un à Annemasse en Haute-Savoie, l'autre à Leon, dans le nord de l'Espagne. Néanmoins, il s'appuie aussi sur des façonnières afin de rester le plus flexible possible. « Il y a toujours des galéniques ou des formats que nous ne saurions pas faire en interne, confie Thierry Verne. Nos innovations partant toujours du consommateur et de ses besoins, nous ne sommes donc pas contraints par notre chaîne de production. Et nous avons d'ex-



« Notre plus gros levier de croissance est l'innovation. Nous lançons entre 50 et 80 nouveaux produits par an. »

Thierry Verne, dirigeant d'Olyos Group

cellents façonniers en France. Le savoir-faire français est reconnu dans le monde entier... ce qui nous permet aussi de vendre en Chine où nous réalisons quelques millions d'euros via le site TMall Global (plateforme d'e-commerce transfrontalier appartenant à Alibaba, NDLR). »

Dans ce développement international à grande vitesse, Olyos n'en délaisse pas pour autant sa croissance organique qui représente 165 millions des 200 millions d'euros du chiffre d'affaires. « En pharmacie et parapharmacie en France, nous réalisons depuis trois ans la meilleure croissance du marché, assure le PDG. Nous sommes tout le temps au-delà de 30 %, année après année. »

PRIORITÉ À L'INNOVATION

Comment Olyos parvient-il ainsi à assouvir ses ambitions sur un marché, en grande forme certes, mais ultra-concurrentiel ? « Notre plus gros levier de croissance est l'innovation. Sur 200 projets, nous lan-

Olyos, avec sa marque phare Granions, réalise 80 % de son chiffre d'affaires en pharmacies et parapharmacies, y compris en ligne.

FICHE ENTREPRISE

200
millions d'euros

C'est le chiffre d'affaires en 2025, dont 40 % réalisés à l'international.

650
collaborateurs

Dont une centaine au siège social à Mougins dans le périmètre de Sophia Antipolis.

2 unités de production

Dont une en France, à Annemasse en Haute-Savoie, une autre à Leon, dans le nord de l'Espagne.

**ENTRE 50 ET 80 NOUVEAUX PRODUITS
LANCÉS CHAQUE AN.**

çons entre 50 et 80 nouveaux produits par an, précise Thierry Verne. Notre positionnement est : « formule premium - prix accessible ». Nous ne faisons pas d'innovation marketing, et nous ne lançons un produit que s'il a quatre points de supériorité très clairs par rapport aux meilleurs produits existants sur le marché. »

Un positionnement qui semble lui donner raison puisqu'en pharmacies, parapharmacies, physique et en ligne - canaux par lesquels le groupe réalise 80 % de son chiffre d'affaires - plus de la moitié des ventes (52 %) se fait sur des produits lancés ces quatre dernières années.

Des chiffres qui le placent 4^e au classement des laboratoires sur le marché des compléments alimentaires en France. « À la même époque il y a un an, nous étions 7^e, s'enthousiasme le dirigeant. Nous sommes raisonnables et restons humbles car il y a des grands devant nous, comme Pileje ou Arkopharma. Mais au rythme auquel nous avançons, nous pouvons devenir numéro 3 d'ici la fin de l'année. Notre ambition est d'être numéro 1 en France dans cinq ans... et de toute façon, nous voulons faire partie du top 10 européen. »

DEUX MARQUES PHARES

Sommeil, digestion, voies respiratoires, vitalité, beauté, minceur... pour y parvenir, Olyos compte bien pénétrer « tous les segments de marché » en s'appuyant sur ses deux « marques ombrelles » : l'historique Granions (le laboratoire à l'origine du groupe, spécialisé dans l'oligothérapie depuis 1948) et Drasanvi.



© OLYOS GROUP



« Les marques que nous avons achetées et que nous sommes susceptibles de racheter, seront des sous franchises de ces deux grosses marques patrimoniales, explique Thierry Verne. Nous aurons par exemple «Granions Somatoline» pour la France, l'Italie et l'Espagne. Ce sera clairement indiqué sur le packaging.» De même, avec la chilienne NewScience qui s'affichera sous l'aile de l'espagnol Drasanvi afin de faciliter sa conquête de l'Amérique latine.

UN FONDS DE CONTINUATION DE 215 MILLIONS D'EUROS

Toute cette stratégie est menée sous la houlette de Motion Equity Partners, acteur français du capital investissement en Europe avec une expertise toute particulière en croissance externe, et actionnaire majoritaire du groupe azuréen depuis 2017. Après une première phase d'accompagnement, il a réinvesti majoritairement en juin 2025 via un véhicule dédié : un fonds de continuation de 215 millions d'euros. L'objectif est de soutenir « la prochaine phase de croissance d'Olyos, ainsi que l'accélération de sa stratégie de croissance externe, en France comme à l'international », avait alors communiqué Motion EP.

AVANT MÊME UNE MISE EN VENTE

Pour faire de la croissance externe, « nous sommes très actifs », assure Thierry Verne. « Des propositions viennent à nous et nous effectuons aussi du contact direct de gré à gré pour des cibles qui sont ne pas encore

en vente pour préempter ou faire réfléchir le dirigeant qui n'y avait pas forcément réfléchi jusqu'alors. »

Les résultats sont là pour attester de l'efficacité de la méthode. Une nouvelle acquisition pourrait être signée d'ici la fin de l'année. « Cela dépend toujours des opportunités et des prix bien sûr. Mais ce n'est pas impossible. Disons qu'en 2027, sûrement, et qu'en 2026, tout peut se passer... »

Olivia Oreggia

Référence des soins minceur fondée en 1973 en Italie, la marque Somatoline est entrée dans le giron d'Olyos Group début 2026.



© DR

CHEZ OLYOS, PLACE AUX RECRUTEMENTS ET À LA PROMOTION INTERNE

Comme il mène sa stratégie de développement mêlant croissance externe et organique, le groupe Olyos construit sa politique RH à la fois sur le recrutement et sur la promotion interne. « Nous recrutons beaucoup, nous avons toujours des offres d'emploi sur LinkedIn », confirme Thierry Verne, son pdg, qui explique par ailleurs que la centaine de salariés implantée au siège (sur les 650 collaborateurs que compte le groupe), situé à Mougins – Sophia Antipolis, a dû s'étendre sur un deuxième étage du bâtiment pour gagner de l'espace.

BIBERONNÉ CHEZ PROCTER & GAMBLE

Des embauches de tous profils, dont beaucoup se font



© OLIVIA OREGGIA

d'abord en stage ou en alternance. Tremplins vers un CDI et de vraies perspectives de carrière. « Nous avons en interne beaucoup de belles histoires de succès », assure le dirigeant « biberonné », selon ses termes, par Procter & Gamble où il a évolué pendant presque cinq ans. « Leur stratégie, en France, était de

ne recruter que des gens en sortie d'école et de les faire ensuite évoluer à différents postes. »

Un modèle dont il s'est inspiré au sein d'Olyos, citant l'exemple d'une ancienne stagiaire devenue « numéro 2 de l'entrepôt de Saint-Quentin-Fallavier (Isère) alors qu'elle n'a même pas 30 ans » ou

Olyos Group est implanté à Mougins, dans le périmètre de Sophia Antipolis

encore celui d'un ancien délégué pharmaceutique volant devenu directeur de l'exécution commerciale en Espagne. « Nous sommes sensibles à toutes ces trajectoires, car nous sommes un groupe très dynamique, ajoute Thierry Verne. J'aime beaucoup la phrase de Kylian Mbappé : « Moi, tu ne me parles pas d'âge ». Ce n'est peut-être pas un grand penseur mais c'est quelqu'un qui a beaucoup d'ambition. Et en effet, ce n'est pas une question d'âge mais d'envie. Par définition, quand on commence, on n'a pas d'expérience et on a tous commencé sur un nouveau job. C'est l'envie qui fait la différence. »

Olivia Oreggia

Qista lance un piège à moustiques plus compact pour s'ouvrir de nouveaux marchés

Qista, PME basée près d'Aix-en-Provence, lance une nouvelle borne anti-moustiques fonctionnant sans insecticide : One XS. Plus compacte et moins chère que les modèles précédents, elle doit permettre de booster les ventes, notamment à l'étranger.



Pierre Bellagambi, le fondateur et PDG de Qista, à côté de sa dernière innovation : la borne One XS.

ravant, « elle va nous permettre également d'entrer plus facilement dans les réseaux de distribution » (type jardinerie et magasins de bricolage) et « d'alléger la logistique pour toucher l'Europe », poursuit Pierre Bellagambi. La plateforme d'e-commerce, actuellement opérationnelle uniquement en France, va bientôt l'être en Belgique, Allemagne, Italie, Portugal et Espagne.

UN MARCHÉ COLOSSAL

Des marchés importants pour cette PME réalisant 25 % de son chiffre d'affaires à l'export et visant « très rapidement les 70 à 80 % ». Fort de ses contrats à Abu Dhabi, en Arabie saoudite ou aux Émirats arabes unis, Qista vient de créer une filiale au Moyen-Orient. Il pourrait ensuite la décliner en Asie du Sud-Est (Singapour, Japon et Corée du Sud en tête) et en Amérique du Nord (Canada et États-Unis), où la marque a commencé à s'implanter. « Le marché est colossal », insiste le dirigeant, associé à Thierry Dassault Holding, devenu actionnaire majoritaire en 2023. « La prolifération du moustique avec le changement climatique va générer un besoin encore plus fort, notamment d'un point de vue sanitaire, cet insecte transmettant de nombreuses maladies. » Pour y répondre, Qista cherche à lever 5 à 10 millions d'euros afin d'investir encore dans la commercialisation, l'industrialisation et la R & D, et embaucher une centaine de personnes d'ici 5 ans, en France comme à l'étranger. Chiffre d'affaires dans le viseur d'ici 2030 : 30 millions d'euros.

Audrey Savournin

C'est en grande pompe que Qista (50 collaborateurs, CA 2025 : 5 M€) a lancé sa toute nouvelle borne anti-moustiques : la bien nommée One XS, puisque plus petite et plus accessible que les générations précédentes. L'objectif étant de démocratiser l'utilisation de ses pièges électriques ou solaires « conceptualisés, testés et fabriqués au siège, à Sénas », près d'Aix-en-Provence, souligne Pierre Bellagambi, le fondateur et PDG de l'entreprise. Sa technologie fonctionne sans larvicide ni insecticide, en utilisant le biomimétisme : elle attire les moustiques femelles en émettant du CO₂ et un leurre olfactif imitant la respiration humaine, dans un rayon de 60 mètres autour de chaque installation, puis les capture. Une innovation qui, selon les études relayées par Qista, permet de réduire les piqûres de 88 %, et devrait considérablement gagner du terrain avec le modèle One XS.

« Jusque-là, on vendait en moyenne 2 500 à 3 000 pièges par an, précise l'entrepreneur originaire d'Arles. Au moins 6 000 One XS devraient s'y ajouter cette année. 1 200 ont déjà été vendus depuis mi-mai, plutôt à des hôtels et restaurants qui ont acheté 5 à 10 machines chacun. » Une cible privilégiée, comme les particuliers, premiers clients jusque-là avec 65 % des ventes en 2025, contre 15 % pour les établissements d'hôtellerie-restauration et 20 % pour les collectivités.

BOOSTER L'EXPORT

Commercialisée autour de 650 euros, contre 980 euros pour la Qista One, 1 500 euros pour la Bam Optima qui utilise la data, et même 2 420 euros pour la Visio Urbano, plutôt destinée aux collectivités, la petite dernière fait considérablement baisser la facture. Étant plus compacte et vendue avec une bouteille de gaz de 400 grammes contre 10 kg aupar-



© OLIVIA OREGGIA

— Étienne Nicoletti, directeur général du groupe **Soniho**

« Nous voulons attirer des entreprises locales dans nos hôtels »

Après s'être affranchi de son franchiseur historique Kyriad, l'hôtelier niçois Soniho opère un repositionnement pour séduire la clientèle des entreprises locales. Issu d'une famille d'entrepreneurs du BTP connue du territoire, Étienne Nicoletti, directeur général du groupe familial et pur produit de l'hôtellerie, entend proposer une offre différenciante dans ses établissements.

Vous avez 5 hôtels entre Nice, Cannes et Fréjus, pourquoi vous être défait de la franchise Kyriad, sous laquelle le groupe (50 collaborateurs, CA : 11 M€) avait toujours exercé ?

Pendant 30 ans, mon père et ses frères, en charge de la société, avaient choisi de se faire accompagner par la franchise car la famille n'était pas issue de l'hôtellerie mais du BTP (société Nicoletti, NDLR). Mais dès lors que la structure était suffisamment performante, nous n'en avions plus besoin. Et aujourd'hui, le client recherche des produits indépendants, une expérience. Or, quand

on pense à une franchise, on pense à un cadre un peu aseptisé. Je voulais quelque chose qui nous ressemble, ancré dans le territoire.

Désormais, vous misez davantage sur la clientèle business locale. Pourquoi ce levier de croissance ?

Nous étions classés « trois étoiles économique » avec Kyriad, la volonté, après les rénovations de ces dernières années, est d'être « trois étoiles qualitatif ». Mais avec la volonté de rester accessibles, d'avoir un produit qui s'adapte et est adapté à tout client, pro ou loisir.

On peut ainsi accueillir, comme on l'a fait l'année dernière, des cabinets d'avocats parisiens pendant deux jours pour un séminaire. Ils logent ici, travaillent ici, peuvent avoir de la restauration (en partenariat avec une autre entreprise familiale niçoise, le groupe Paloma, ndlr). Et le lendemain, nous savons recevoir une clientèle tout à fait différente sur un budget différent avec la CCI italienne et des étudiants italiens.

En quoi est-ce différenciant ?

Souvent la partie séminaire dans les hôtels est un peu délaissée, traitée par défaut. Nous avons créé des espaces atypiques de coworking et bureau, assez dynamiques visuellement, avec une offre que nous définissons être « comme à la maison », avec tout le service inclus. Nous avons aussi une salle de séminaire. Le tout réuni sous notre marque Scol. La volonté est d'aller chercher le client local, PME et ETI de la région, pour leurs besoins en formation, journées d'études ou développement. C'est aussi une manière de participer à l'économie du territoire. C'est également une volonté personnelle. J'adore l'hôtellerie, on y accueille des gens du monde entier. Mais finalement, je ne parle pas au client local, cela est un peu frustrant.

Quels sont vos objectifs sur ce segment ?

Nous avons développé Scol à l'hôtel des Victoires à Cannes-la-Bocca, à l'hôtel du Pin à Nice et, dès la rentrée, à Nice Saint-Isidore. L'idée est d'atteindre 500 000 euros de chiffre d'affaires sur ces trois espaces.

Avez-vous des projets d'acquisitions ?

Nous cherchons en effet à nous développer, en restant sur la Côte d'Azur. L'arrière-pays et le Haut Var sont aussi des marchés en manque d'offres sur lesquels on peut positionner des produits intéressants, toujours dans l'optique d'accueillir des clients locaux.

Propos recueillis par Olivia Oreggia



L'école Mouratoglou s'ouvre aux enfants des entreprises de Sophia Antipolis

La Mouratoglou International School, école de l'Academy internationale de tennis basée à Sophia Antipolis, s'ouvre dès la rentrée de septembre à tous les élèves. Il s'agit de répondre à la demande des entreprises de la première technopole d'Europe.



La Mouratoglou Tennis Academy, incluant l'école internationale, est stratégiquement implantée au cœur de Sophia Antipolis.

Coach de tennis star aux plus de 4 millions de followers sur les réseaux sociaux, Patrick Mouratoglou est notamment connu pour avoir longtemps entraîné Serena Williams. À Sophia Antipolis, son nom est aussi celui d'une académie qui étend, sur 13 hectares, ses infrastructures sportives de pointe dont 33 courts de tennis. Il est aussi celui d'une école, la Mouratoglou International School pour tous ces jeunes sportifs, d'un « resort » intégrant un hôtel spa 4 étoiles ou encore d'un country club, ouvert à tous, alliant sport et fitness. Au total, une PME de plus de 200 personnes et 35 millions d'euros de chiffre d'affaires.

ATTIRER DES TALENTS DANS LA TECHNOPOLE

À la prochaine rentrée scolaire en septembre l'école accueillera dans ses classes de collège et

lycée, des élèves qui ne se rêvent pas tous champions de tennis. Une grande nouveauté pour le temple de la petite balle jaune qui veut répondre à une demande des entreprises de la technopole. « Nous sommes un peu devenus un pôle d'attraction pour Sophia Antipolis et pour toutes ces entreprises qui ont envie de montrer que venir ici avec sa famille est aussi une opportunité personnelle, explique Alexis Catillon, chef d'établissement et directeur du sport-études. Pour attirer des talents, il ne suffit pas de dire que c'est la Côte d'Azur, il faut aussi des écoles pour leurs enfants. » Des écoles adaptées de surcroît à la population sophilopitaine de 44 500 salariés qui ne représentent pas moins d'une soixantaine de nationalités réparties dans les 2 230 entreprises. Selon les projections, ils seront 55 000 collaborateurs en 2030 et 60 000 en 2040. Au sein de l'école privée hors

contrat Mouratoglou, la première langue est l'anglais. Les classes - qui n'accueillent pas plus d'une quinzaine d'élèves - forment déjà de jeunes sportifs venant d'une cinquantaine de pays, États-Unis, Allemagne et Italie en tête. Elle continuera de proposer deux cursus : une section française, qui prépare notamment au brevet et au baccalauréat, et une section américaine, qui regroupe à ce jour les deux tiers des 220 élèves et mène au High School Diploma, ticket d'entrée aux universités américaines et internationales.

RECHERCHER « L'EXCELLENCE »

« On ne s'en cache pas : nous sommes dans la recherche de l'excellence », confie Alexis Catillon. Ici, on n'apprend pas à jouer au tennis mais à devenir un champion. Mais parce que tous ne deviendront pas Nadal, Federer ou l'une des deux sœurs Williams, parce que « le 20^{ème} mondial ne gagne pas sa vie », et qu'un tennisman n'est jamais salarié, rappelle le chef d'établissement, il faut impérativement une tête bien faite dans un corps bien fait. C'est cette approche, dont bénéficieront les futurs élèves sélectionnés - hors tennis - pour la rentrée. En plus des 4 h 30 de cours quotidiens, ils suivront des activités : « Du sport, parce que ça reste notre racine, précise le chef d'établissement, mais nous avons aussi une formule repensée par Patrick Mouratoglou avec sa vision des besoins de demain, autour des nouvelles technologies, de l'IA, du codage informatique... ou encore, c'est une donnée qui lui est très chère, la capacité à s'exprimer, l'éloquence. »

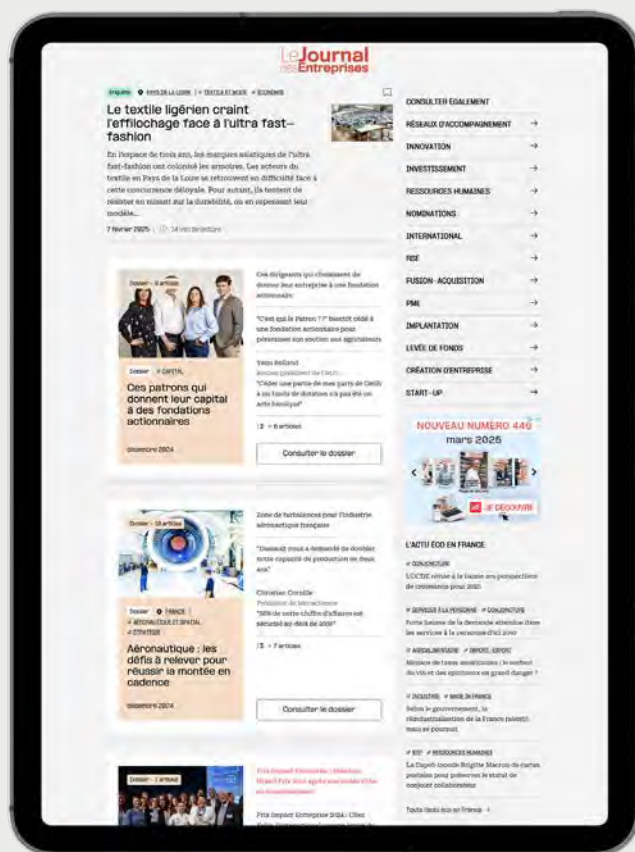
Olivia Oreggia



Vous êtes abonnés au JdE, savez-vous que sur notre site...

LA FONCTIONNALITÉ #HASHTAG

vous permet d'accéder directement à l'intégralité des contenus du plus récent au plus ancien



THÉMATIQUES ÉCONOMIQUES

- # ATTRACTIVITÉ
- # FISCALITÉ
- # IMPLANTATION
- # MADE IN FRANCE
- # START-UP...



SECTEURS D'ACTIVITÉ

- # AGROALIMENTAIRE
- # BANQUE
- # DÉFENSE
- # FRENCH TECH
- # INTELLIGENCE ARTIFICIELLE...

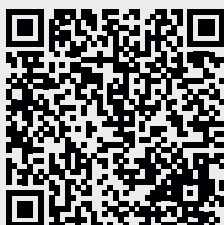
ZONES GÉOGRAPHIQUES

- # RÉGIONS
- # DÉPARTEMENTS
- # VILLES

Le site Internet est un véritable outil personnalisable
qui vous aide au quotidien dans votre veille business,
développement commercial, scan de l'actualité des acteurs
économiques de votre région !

Envie d'une visite guidée de notre site en vidéo ?

j'accède aux tutoriels
vidéos du site



JdE

Gelvar met les bouchées doubles et investit à Signes dans le Var

Acteur clé de la chaîne d'approvisionnement alimentaire, Gelvar aborde la haute saison avec ambition. Porté par une logistique réactive, une stratégie de proximité et de nouveaux investissements, le distributeur varois vise les 50 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2026, tout en préservant son indépendance face aux grands groupes.



Laurent Lamacchia, directeur général de Gelvar depuis 2020.

A 00 h 30, les dernières commandes tombent encore. Burrata, steak tartare, saumon fumé ou gambas : quelques heures plus tard, ces produits seront déjà livrés dans les cuisines des restaurateurs, traiteurs, snacks ou boulangeries de l'ouest de Marseille aux frontières des Alpes-Maritimes, en passant par le Golfe de Saint-Tropez et Aix-en-Provence. Alors que la saison estivale 2026 s'annonce très bonne, Laurent Lamacchia, le directeur général et ses équipes de Gelvar sont sur le pied de guerre, prêts à réaliser, eux aussi, une très bonne saison. Pourtant, ses 75 salariés (au niveau du groupe), complétés d'une douzaine d'intérimaires au pic de la saison, ne travaillent pas

directement dans le tourisme. Leur métier : la distribution de produits alimentaires. « Nous réalisons 75 % de notre chiffre d'affaires en quatre mois, confie le dirigeant. Et avec un bon démarrage dès le mois d'avril, nous savons déjà que nous atteindrons l'objectif fixé en début d'année : les 50 millions d'euros de chiffre d'affaires. » L'année passée, la PME avait réalisé 48 millions d'euros, alors que 15 ans plus tôt, ce chiffre était de seulement 10 millions d'euros. « Ces cinq dernières années, nous avons doublé le chiffre

d'affaires », résume Laurent Lamacchia.

Cette croissance s'accompagne d'investissements. Fondé il y a 50 ans dans la zone des Pradeaux à Saint-Cyr-sur-Mer, Gelvar a quitté le littoral varois pour la zone d'activités de Signes en 2010. Les équipes sont installées depuis cette date dans un bâtiment de 4 500 m². « Nous étions de plus en plus à l'étroit. Nous avons réussi à optimiser l'espace et le temps, mais il était devenu indispensable de nous agrandir », explique l'entrepreneur.

CONCENTRER LES EFFORTS SUR LE VAR ET LES BOUCHES-DU-RHÔNE

Grâce à l'acquisition récente d'un terrain voisin, la construction d'un second bâtiment de 1 300 m², équipé de panneaux solaires et dédié au stockage, a été lancée pour une livraison en 2027. L'investissement s'élève à près de 3 millions d'euros. Reprise en 2000 par la famille Gehlen, « l'entreprise a connu une nette accélération depuis 2021 », explique Laurent Lamacchia. Tout en concentrant ses efforts sur les deux seuls départements du Var et des Bouches-du-Rhône. « Notre objectif n'est pas d'aller sur d'autres territoires géographiques, mais de servir tous les clients sur nos deux terrains de jeu historiques. Aller vers les Alpes-Maritimes ou le Vaucluse finirait par nuire à notre qualité de service », complète-t-il.

« L'entreprise a connu une nette accélération depuis 2021 »,

Laurent Lamacchia, directeur général de Gelvar



Avec un peu moins de 2 200 clients livrés en 2025, Gelvar revendique une «grosse part de marché», fruit du travail de proximité des 26 commerciaux déployés sur le terrain. «Ils seront sans doute 30 dans deux ans, car c'est à travers le contact que nous faisons la différence», ajoute Laurent Lamacchia. Cette même proximité permet à la PME de livrer tous les jours et d'enregistrer des commandes jusqu'à 00h30 pour une livraison à partir de 6 heures du matin. «Avec un délai à h + 6, nous faisons mieux qu'Amazon, sourit le directeur général. Grâce à notre partenaire, la société varoise BC Transports, 65 camions quittent chaque jour notre entrepôt au cœur de l'été, contre une trentaine en hiver.» C'est armé de cette stratégie d'hyper proximité que Laurent Lamacchia compte faire grandir le chiffre d'affaires de Gelvar.

« Nous voulons continuer de grandir, tout en préservant notre indépendance »,

Laurent Lamacchia, directeur général de Gelvar.

«Nous avons deux leviers de croissance: accroître le nombre de clients et les références commandées par chacun de ces clients», précise-t-il.

CONTINUER DE GRANDIR

La vente de surgelés, qui a marqué les débuts de l'entreprise, ne représente plus que 42 % de l'activité. Et les produits destinés aux boulangeries indépendantes génèrent aujourd'hui 20 % du chiffre d'affaires. Pour lui, l'objectif des 50 millions d'euros en 2026 est déjà atteint. : «Nous n'avons pas la volonté de faire la course aux 100 millions d'euros.

Nous voulons continuer de grandir, tout en préservant notre indépendance.»

Cette indépendance est rare à leur niveau. «En règle générale, les acteurs indépendants sont assez petits. En région Paca, nous sommes deux et nous devons faire face à des géants nationaux», confie l'entrepreneur. Pour tirer son épingle du jeu et proposer les 5 000 références de 300 fournisseurs qu'il a en stock, Gelvar fait notamment partie du réseau Gral, un GIE, qui réunit plus de 60 distributeurs alimentaires indépendants.

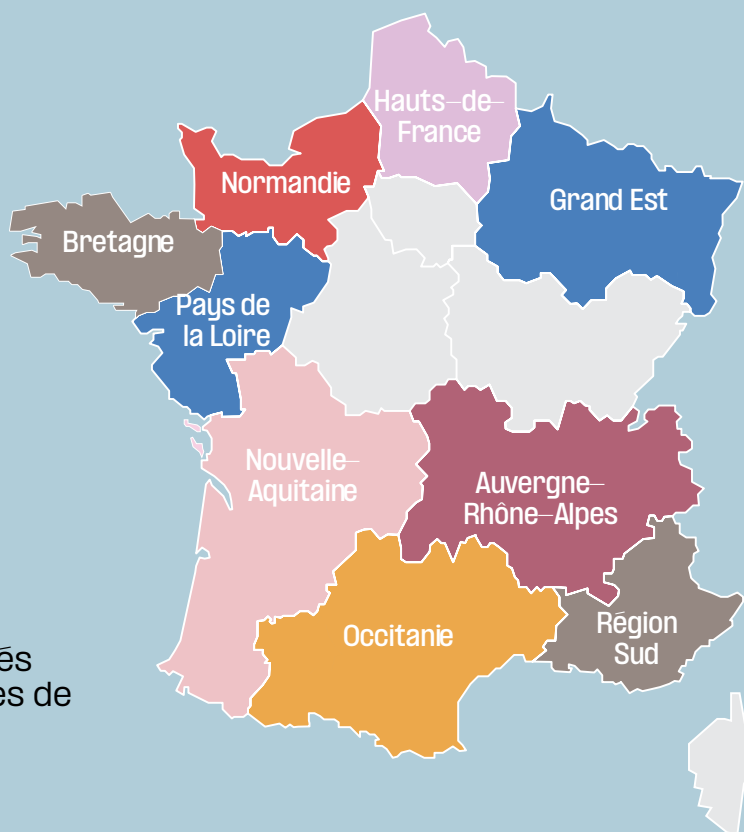
Hélène Lascols



RESTEZ CONNECTÉ
À L'ACTUALITÉ ÉCONOMIQUE
DES ENTREPRISES

Abonnez-vous dès maintenant
à la page LinkedIn
de votre région

Nominations, mouvements □ Opportunités
business □ Veille concurrentielle □ Levées de
fond □ Acquisition □ Fusion ...



Le Journal
des Entreprises

Web
Magazine
Newsletters
Podcasts
Événements



Le Groupe Ladouceur prend le contrôle de Riviera Villages et vise plus grand

En devenant majoritaire au capital de Riviera Villages, le Groupe Ladouceur franchit une nouvelle étape. Cette opération renforce la cohérence de son portefeuille de marques et lui donne les moyens d'accélérer sa croissance sur le segment premium de l'hôtellerie de plein air, en France comme sur les marchés européens.



David Luftman, président du Groupe Ladouceur.

A l'occasion d'une recomposition de son capital, le Groupe Ladouceur a racheté un tiers du capital de Riviera Villages, sa filiale historique, devenant majoritaire. L'opération marque une nouvelle étape dans la structuration du groupe, qui entend renforcer sa position sur le segment premium de l'hôtellerie de plein air et poursuivre son développement en France comme à l'international.

UNE GOUVERNANCE UNIFIÉE

Au-delà de l'opération capitalistique, il s'agit de créer un acteur solide en regroupant deux marques, qui « vont continuer à évoluer l'une à côté de l'autre. » Cette consolidation financière et stratégique donne aussi au groupe les moyens de ses ambitions. « Nous réunissons l'ensemble sous une même gouvernance et un même projet. Nous allons pouvoir développer

chacune des deux marques existantes en fonction des opportunités et profiter de notre expertise pour envisager la création d'autres marques. » Le dirigeant ne s'est pas fixé d'objectif. Partant du postulat que la rareté fait la qualité, il sait que les emplacements exceptionnels recherchés sont difficiles à trouver. « Nous sommes davantage dans une logique de sélectivité que de chiffre », assure-t-il. Après avoir prouvé que la vision de l'hôtellerie de plein air du Groupe Ladouceur fonctionne sur le littoral français, il regarde au-delà des frontières. « Nous avons la volonté de développer notre vision du camping – faire du plein air une forme exigeante d'art de vivre – sur d'autres marchés européens. » Car avant de regarder vers l'Europe, le Groupe Ladouceur (CA : 100M€) a d'abord construit son modèle dans le Golfe de Saint-Tropez. Fondé en 1959 avec le

camping Les Prairies de la Mer par la famille Luftman, il s'est étendu dans les années 80 avec les établissements Kon Tiki et La Toison d'or. Ces trois sites, implantés à Grimaud et Ramatuelle, emploient 300 salariés en haute saison et totalisent 1 800 lodges pour des séjours d'exception.

DU GOLFE DE SAINT-TROPEZ À UNE COLLECTION DE DESTINATIONS

Depuis 2016, animé par la volonté de se développer hors du Golfe de Saint-Tropez, le groupe a engagé une stratégie d'acquisitions. « Nous voulions tester notre potentiel sur d'autres marchés », raconte David Luftman. Son premier rachat a alors été réalisé sur l'Île de Ré. « Pour éviter d'être en concurrence avec de grands acteurs du secteur, nous avons ciblé des établissements plus petits, de 300 places environ, et à chaque fois, nous avons investi dans leur montée en gamme et créé des espaces plus grands pour proposer 200 emplacements en moyenne », ajoute-t-il. La collection a été complétée dans le Morbihan, en Ardèche, dans les Landes puis dans le Var, sur la Presqu'île de Giens. Deux établissements supplémentaires, situés dans le Var, ont été acquis plus récemment mais n'ont pas encore changé d'enseigne. Au total, La Collection Rivages propose 1 500 emplacements au sein de sept établissements et « une offre qui se rapproche davantage de l'hôtellerie en termes de services, une offre plus intime qui permet de vivre une destination dans son ensemble », explique David Luftman.

Hélène Lascols



Philippe Saussol, PDG de Tethys.

s'étendre sur dix à vingt ans. « Nous avons les commandes pour viser les 20 millions d'euros de chiffre d'affaires d'ici cinq ans, 25 millions d'euros en 2032 », précise le dirigeant.

UN NOUVEL ACTIONNAIRE, ABENEX

Pour soutenir cette nouvelle phase d'expansion, l'entreprise a ouvert son capital. Abenex est devenu actionnaire majoritaire (à hauteur de 66 %) aux côtés de l'équipe de dirigeants et de Bpifrance. Avec lui, Tethys entend renforcer ses capacités industrielles, se développer en France et en Europe, et explorer de possibles acquisitions « si cela fait sens », précise-t-il.

Le futur bâtiment, qui enveloppera l'existant, tant du point de vue fonctionnel qu'architectural, offrira 3 200 m² de surface, contre 900 m² actuellement. Le permis de construire doit être déposé avant l'été, pour un démarrage des travaux attendu à la fin de l'année. « Cette usine, dont la livraison est prévue pour le premier trimestre 2028, sera ce qui se fait de mieux en matière industrielle dans notre secteur et à notre niveau, tout en étant en conformité avec les normes en vigueur pour les activités pyrotechniques », résume l'entrepreneur. Tethys poursuivra également son travail d'évangélisation autour de la pyromécanique, une technologie aux applications variées. « Nous utilisons la pyrotechnie, une source d'énergie extrêmement puissante et fiable, pour remplir toutes sortes de fonctions, de l'injection sans aiguille d'un vaccin à la libération de masses sur le pas de tir d'une fusée. Notre capacité à concevoir du sur-mesure nous procure une place de choix sur ce marché », explique Philippe Saussol. Une position qu'il entend désormais faire valoir à l'étranger, avec un premier succès enregistré au Royaume-Uni, « puisque nous sommes devenus fournisseur de la Royal Navy ».

Hélène Lascols

Tethys agrandit son usine pour monter en puissance

Spécialiste des applications pyrotechniques, Tethys poursuit sa montée en puissance. Après avoir quasiment triplé son chiffre d'affaires en cinq ans, la PME de Signes prépare un investissement industriel de 8 millions d'euros avec le soutien du fonds Abenex pour accélérer son développement en France et en Europe.

Depuis que Philippe Saussol a pris la barre de Tethys, expert de l'énergie pyrotechnique, en 2020, avec Definvest (fonds du ministère des Armées géré par Bpifrance), le chiffre d'affaires est passé de 3,4 millions d'euros à 9,6 millions d'euros en 2025, le carnet de commandes de 3,6 millions d'euros à 17 millions d'euros aujourd'hui. « La croissance s'est accélérée depuis 2024 et résulte notamment d'investissements en R & D », explique-t-il. Les vents sont aussi devenus plus favorables, dans la Défense ou le spatial. D'ailleurs, ArianeGroup compte désormais parmi les plus gros clients de Tethys, aux côtés de Naval Group ou MBDA. Dès 2023, Philippe Saussol a lancé, à Signes dans le Var, sur un terrain voisin de 7 200 m², acquis en 2022, un projet d'agrandissement,

maintes fois revu à la hausse au fil de la croissance de l'entreprise qui emploie 35 salariés.

UNE USINE POUR CHANGER D'ÉCHELLE
Baptisé Panthalassa, en référence à l'océan unique qui entourait la Pangée il y a 300 millions d'années et qui communiquait avec la mer Téthys, ce projet symbolise la volonté de l'entreprise d'ouvrir un nouveau chapitre de son développement. Avec un investissement de 8 millions d'euros, l'ambition est de doter la PME d'un outil industriel, capable d'accompagner son développement et de l'amener au rang d'ETI à l'horizon 2032. Cette trajectoire repose sur une visibilité commerciale particulièrement forte. Une fois qualifié sur un programme industriel, Tethys intervient fréquemment comme fournisseur unique de ses clients et les contrats associés peuvent

En rachetant **Lutam**, **Olympic Location** s'implante sur la Côte d'Azur

En rachetant l'azuréen Lutam, le groupe marseillais de location automobile Olympic Location réalise la première opération de croissance externe de son histoire. Une expansion vers l'ouest de la région Sud qui lui permet de compter désormais 19 agences et de s'ouvrir de nouvelles perspectives.



Olympic Location compte 5 agences à Marseille où l'entreprise est née et regroupe 19 agences au total en région Sud.

L'ambition affichée par Yohann Mimran est claire : « doubler l'activité de Lutam en trois ans ». L'entreprise marseillaise Olympic Location, dont il est co-gérant avec sa sœur, Sandra Le Boisselier, vient de réaliser la première acquisition de son histoire avec l'azuréen Lutam.

19 AGENCES D'OUEST EN EST

La nouvelle entité affiche ainsi un chiffre d'affaires de plus de 33 millions d'euros, des effectifs de plus de 100 collaborateurs, une flotte de 3 000 véhicules et, surtout, 19 agences (dont six avec deux associés), en plus d'un centre de réparation auto dans

la cité phocéenne (Provence Car Center, 11 collaborateurs). De Port-de-Bouc ou Salon de Provence à l'ouest, jusqu'à Nice, en passant par Aix-en-Provence, Marseille ou Toulon, l'enseigne bleue et blanche maille davantage encore la région Sud. « Notre développement s'est toujours fait par croissance organique, reprend Yohann Mimran. Notre modèle a toujours été d'ouvrir une agence par capillarité, à 20 ou 30 minutes d'une autre agence. Cela permet d'avoir déjà un petit socle de clientèle dès l'ouverture. »

Cette fois-ci, le scénario diffère. L'opportunité de nouvelles agences s'est présentée sous la forme d'une discussion avec

Christophe Villière. Ce dernier avait repris en 2021 Truche Location, rebaptisé Lutam, et doublé le chiffre d'affaires pour atteindre les 6 millions d'euros. Mais en 2025, l'Azuréen rachète Exclusive Cars Monaco (3 collaborateurs, CA : 18 M€) pour développer l'achat et la vente de véhicules haut de gamme. « Je m'y suis finalement concentré à 100 % », raconte le dirigeant. Et je n'avais pas réussi à trouver un directeur pour me soutenir en interne et gérer Lutam. Jusqu'alors, je n'étais pas vendeur. » Jusqu'à ce qu'il s'ouvre à Yohann Mimran. Les deux hommes se sont rencontrés il y a plusieurs années. « Je connais le sérieux de Christophe, confirme le dirigeant marseillais. Je connais aussi la réputation de l'entreprise. Cela m'a mis dans une position assez confortable pour commencer à envisager l'acquisition qui aura tout de même mis presque un an après notre première discussion. » Autre élément « déclenchant de cette opération : j'ai pu trouver la personne qui allait diriger la structure sur place, dans les Alpes-Maritimes », précise Yohann Mimran, ravi de cet alignement des planètes. « Il s'agit de Nicolas Job, qui vient de rejoindre le groupe en tant qu'associé minoritaire. Je le connaissais très bien. Il avait fondé une start-up, spécialisée dans la location de voitures pour les professionnels et il souhaitait s'installer à Nice. »

75 % DE SON ACTIVITÉ EN BTOB

Face aux acteurs nationaux du secteur, Olympic Location a toujours misé sur la proximité,



le niveau de service et la connaissance du terrain, assurant 75 % de son activité en BtoB (véhicule particulier, utilitaire ou frigorifique). Un marché en croissance alors que les usages des entreprises changent.

« Elles achètent moins, analyse le patron. Elles ont aussi besoin de flexibilité parce qu'il y a désormais plus de turn over.

Beaucoup d'entreprises ont ainsi recours à de la location courte durée pour un véhicule de fonction pendant la période d'essai des collaborateurs. »

Le groupe marseillais est également très proche des acteurs associatifs, culturels et événementiels, « un milieu qui sollicite beaucoup la location de véhicules pour des festivals, des concerts, des fêtes, des tournages aussi... Sur la Côte d'Azur, il y a un gros besoin, pour les traiteurs par exemple. Il y a vraiment un



« Dans l'événementiel, il y a un superbe marché qui n'est pas adressé par un loueur indépendant de proximité. »

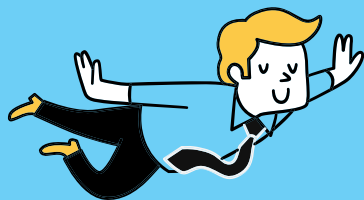
Yohann Mimran, co-gérant d'Olympic Location

superbe marché qui n'est pas adressé aujourd'hui par un loueur indépendant de proximité. On a vraiment l'ambition de bien développer ce secteur-là. » Question ambition, Yohann Mimran assure ne pas avoir de « velléités nationales » et entend rester dans le Sud... « mais le Sud, c'est grand », sourit-il. Olympic Location pourrait ainsi un jour s'implanter dans le Vaucluse,

l'Hérault, la Drôme, voire la région lyonnaise. « On ne se pose pas de limites, même si on va d'abord consolider cette belle acquisition. »

Et cela commencera par la réouverture d'une agence dans la zone de Cannes-Mandelieu-Mougins et l'implantation d'une autre autour de Fréjus, dans l'Est Var.

Olivia Oreggia



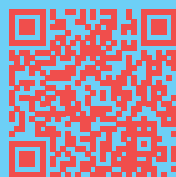
DÉCOUVREZ NOTRE BOUTIQUE EN LIGNE

Achetez un numéro en version print ou PDF

Il vous manque un numéro du Journal des Entreprises?

Rendez-vous sur

<https://www.lejournaldesentreprises.com/boutique/mensuels>



Le Journal
des Entreprises

Web
Magazine
Newsletters
Podcasts
Événements



La Boîte Immo change de dimension avec le rachat d'Opinion System

Avec le rachat d'Opinion System, spécialiste bordelais des avis clients dans l'immobilier, La Boîte Immo franchit le seuil des 250 salariés et accède au statut d'ETI. Cette quinzième acquisition permet à l'éditeur de logiciels hyérois de renforcer son offre de services, d'accroître son influence sur le marché et de se doter d'un premier relais de développement en Amérique du Nord.

C'est un « cap symbolique » que vient de franchir Olivier Bugette, le dirigeant et fondateur de La Boîte Immo. Grâce à sa 15^e acquisition, l'entreprise, éditrice de logiciels exclusivement dédiés aux professionnels de l'immobilier, est passée du statut de PME à celui d'ETI. Les effectifs de la société hyéroise passent de 210 collaborateurs en 2025 à 270 en 2026, son chiffre d'affaires progresse de 25 à 30 millions d'euros.

RECUEIL DES AVIS DES CLIENTS D'AGENCES IMMOBILIÈRES

« Cette dernière opération, la reprise d'Opinion System, une PME bordelaise, nous permet en plus d'élargir notre offre et de gagner en influence sur le marché immobilier », confie l'entrepreneur. Opinion System (60 personnes) équipe plus de 14 000 professionnels. En recueillant les avis des consommateurs des agences immobilières, qu'il norme, vérifie et certifie, il est devenu « l'institut de sondage le plus répandu sur le secteur ». « Comme nous, il est aussi l'une des dernières entreprises indépendantes de la proptech et je partage avec son dirigeant Jean-David Lepineux, une vision traditionnelle de l'entreprise, par opposition à une vision financière », ajoute Olivier Bugette. Si La Boîte Immo proposait déjà les services de la proptech bordelaise, son intégration entraînera un déploiement renforcé de ses solutions. « À l'image des précédentes acquisitions, nous complétons notre offre globale pour proposer un seul interlocuteur



Olivier Bugette,
président et
fondateur de
La Boîte Immo

aux agents immobiliers, qui ont toujours été notre cible unique », confie-t-il. Avec la volonté de s'appuyer sur la crédibilité dont bénéficie Opinion System sur le marché, La Boîte Immo veut « permettre à ses clients de renforcer leur visibilité auprès des modèles d'apprentissage automatique (outils d'IA) », explique le dirigeant. Des outils dont les réponses s'appuient de plus en plus sur les avis clients certifiés et

les données de réputation en ligne.

D'AUTRES CROISSANCES EXTERNES

Et Olivier Bugette ne compte pas s'arrêter en si bon chemin. Une ou deux nouvelles opérations de croissance externe pourraient intervenir d'ici la fin de l'année 2026, portant l'effectif à plus de 300 collaborateurs. « Nous ciblons des acquisitions qui nous permettraient d'élargir nos activités ou notre portefeuille existant », confie le dirigeant. De quoi justifier un nouvel agrandissement de son siège social édifié en 2020. Un bâtiment de 1 300 m² sortira prochainement de terre, jouxtant l'actuel, pour proposer plus de 120 postes de travail additionnels.

DE BORDEAUX À OTTAWA

L'acquisition d'Opinion System offre un pied à terre supplémentaire en France. Après Hyères, Paris et Lyon, La Boîte Immo est désormais présente à Bordeaux. Outre son ancrage français, Opinion System dispose aussi de bureaux à Ottawa au Canada, offrant à l'entreprise varoise une nouvelle porte d'entrée sur le marché nord-américain. La PME hyéroise avait déjà tenté l'aventure internationale, depuis Miami. « Désormais, grâce à cette implantation canadienne, nous allons faire une nouvelle tentative, en commençant par la réalisation d'une étude de la concurrence. Nous sommes bien conscients que les usages sont différents. Nous devons en comprendre les subtilités », analyse Olivier Bugette.

Hélène Lascols



Sophie Parra, qui a cofondé Comme Avant avec son conjoint en 2017, se réjouit de voir les nouveaux espaces prendre forme.

© AUDREY SAVOURNIN

Comme Avant investit un million d'euros dans des locaux à sa mesure

Spécialisée dans la cosmétique et les produits d'entretien minimalistes bio, Comme Avant déménage à Bouc-Bel-Air pour passer de 1 200 m² de locaux à 2 200 m² et poursuivre sur sa très bonne dynamique.

Plus la livraison des nouveaux locaux approche, plus l'impatience grandit chez Comme Avant, le fabricant de cosmétiques et de produits d'entretien minimalistes, bio et responsables. C'est que la PME aux 80 salariés est très à l'étroit dans les 1 200 m² qu'elle occupe aux Pennes-Mirabeau, près de Marseille. Après un déménagement progressif, pour ne jamais stopper la production, elle pourra prendre ses aises à la rentrée dans les 2 200 m² qu'elle aménage un peu plus loin en direction d'Aix-en-Provence, à Bouc-Bel-Air, en y réalisant un million d'euros de travaux. Le prix à payer pour « gagner en confort, en productivité et en capacité de production pour pouvoir nous développer », résume

Sophie Parra, qui a cofondé Comme Avant avec son conjoint en 2017. « On devrait pouvoir passer de 30 opérateurs à la production à 50 d'ici six mois, ce qui permettrait de réaliser 25 000 produits par jour contre 15 000 aujourd'hui. C'est la priorité parce qu'on fonctionne à flux très tendu et nous souhaitons améliorer nos délais d'expédition. »

PRODUIRE D'AVANTAGE

La société passera ainsi de 8 à 12 salles de production et pourra accueillir quelques machines supplémentaires (l'essentiel est réalisé manuellement), dont une pour sa prochaine nouveauté : le mascara. Elle disposera également d'une pièce dédiée au textile, d'une zone de stockage doublée, comme à peu près

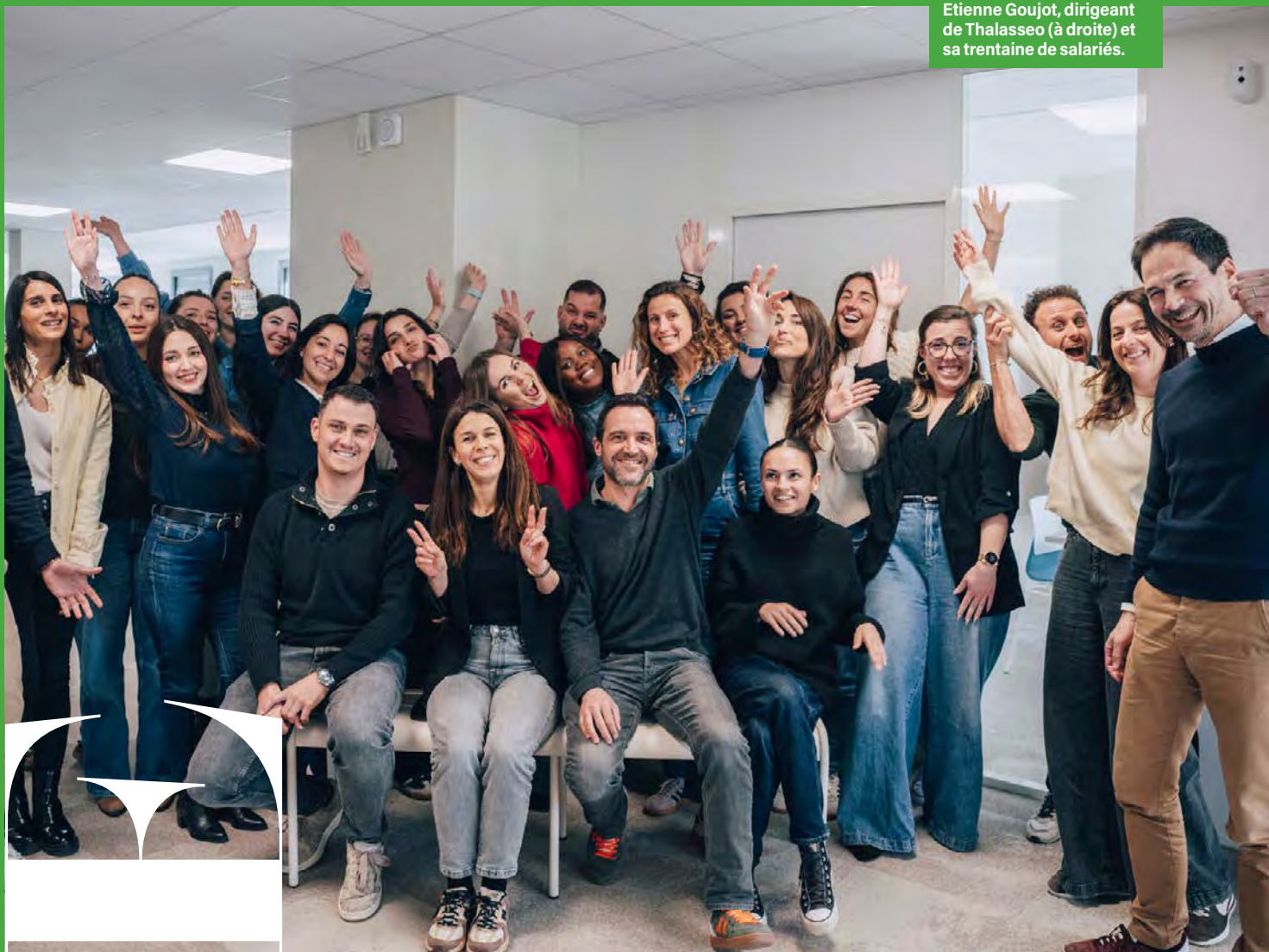
chaque espace, et d'une zone d'expédition de 18 postes contre 12. Ainsi que de bureaux, d'un réfectoire et d'une salle de repos, plus spacieux et fonctionnels. Toujours locataire, la PME projette de rester six ans dans ces locaux, avant d'acheter ou de faire construire un site. Car « si la croissance suit le rythme actuel, l'entreprise sera à nouveau à l'étroit », confie Sophie Parra. Comme Avant a en effet réalisé 16 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2025, dépassant largement les 12 millions prévus, et vise les 19 à 20 millions d'euros fin 2026.

UN DÉMÉNAGEMENT ESSENTIEL

« Ce déménagement nous débloque, il va ouvrir de nombreuses portes pour notre stratégie de développement 2027 », assure la chef d'entreprise. Cette dernière va pouvoir accélérer sur le e-commerce, qui concentre 60 % de ses ventes, puis sur les boutiques (au nombre de 13, et qui représentent environ 15 % des ventes) et enfin sur le réseau de revendeurs (environ 25 %). Ils sont plus de 3 000, dont Biocoop et La Vie Claire, essentiellement en France mais aussi en Belgique. L'augmentation de l'export dans les pays européens pourrait suivre. Un site espagnol, en ligne depuis un an, « a bien démarré » même si ses ventes sont encore anecdotiques dans le chiffre d'affaires. Un autre a été lancé en Italie il y a quelques mois. « Une fois la capacité de production augmentée, nous allons essayer de développer les points de vente dans ces pays, voire dans d'autres, et nous souhaitons avoir une boutique en Belgique », précise la dirigeante. Pour l'heure, c'est en France que les ouvertures, toutes en propre, se font au rythme de 3 à 4 par an depuis 2023. La prochaine est programmée à Aix-en-Provence à l'été 2026. Nice, qui est la priorité de la PME, pourrait suivre.

Audrey Savournin

Etienne Goujot, dirigeant de Thalasseo (à droite) et sa trentaine de salariés.



© PHILIPPE MAGONI

Thalasseo trace sa feuille de route avec ses salariés

Thalasseo, PME aixoise spécialisée dans la vente en ligne de séjours spa, thermaux et thalasso, vient de se doter d'une feuille de route pour guider précisément sa démarche RSE et avancer vers la certification EcoVadis. Elle travaille notamment à l'augmentation de la proportion d'établissements écolabellisés dans son offre et à la mise en place de séjours solidaires pour les aidants.



Depuis le mois de mars, l'agence de tourisme en ligne spécialisée dans les séjours bien-être Thalasseo (environ 50 M€ de volume d'affaires) peut suivre son « chemin d'impact ». Une feuille de route concrète et ambitieuse élaborée avec sa trentaine de salariés pour « créer de la valeur via la RSE », un an après la reprise de la PME aixoise par Étienne Goujot via Cap Autrement, devenu actionnaire majoritaire dans le cadre d'un Bimbo (Buy In Management Buy Out, reprise par un dirigeant extérieur accompagné de cadres internes). Ce fonds article 9 (qui s'interdit d'investir dans des actifs autres que ceux qui ont un réel impact sociétal) a séduit les cédants, Alexandre Fontaine et Denis Philipon, également cofondateurs de Voyage Privé et toujours actionnaires de Thalasseo. Mais aussi le nouveau dirigeant, en phase avec « leur signature RSE », justement.

APPORTER UNE PLUS-VALUE

« Je les connaissais déjà parce qu'ils m'avaient identifié dans leur pool de repreneurs potentiels », retrace ce dernier, qui a quitté le directoire du croisiériste de luxe Ponant où il a travaillé dix ans, pour se lancer dans l'entrepreneuriat. Une envie présente depuis ses études en école de commerce et qu'il était temps de concrétiser, « arrivé à la moitié de ma vie professionnelle », sourit-il. « J'avais un profil d'intrapreneur, j'avais déjà suivi de grosses acquisitions, mais je me suis formé avec le CRA (Cédants et Repreneurs d'Affaires) et l'IRCE (Institut Régional des Chefs d'Entreprise) pour reprendre une entreprise. Cela était moins risqué que de se lancer dans une start-up. Et j'avais la conviction que je pouvais apporter une valeur ajoutée à Thalasseo. » Car non seulement il a passé dix ans chez Ponant, mais il a aussi travaillé à Disneyland Paris et chez Europcar. Et il n'a pas que son expérience du secteur touristique à apporter. Sa « patte », comme il dit, tient

« Nous mesurons le bien-être de nos collaborateurs deux fois par an grâce à 50 questions pour le faire progresser »

Étienne Goujot, dirigeant de Thalasseo

aussi dans sa vision horizontale du management, dans sa volonté de favoriser la co construction et d'impliquer ses salariés, comme ses fournisseurs, pour avancer sur ce « chemin d'impact ».

QUATRE AXES DE TRAVAIL

Il ponctue une réflexion amorcée dès juillet 2025 dans le cadre d'ateliers et repose sur quatre piliers : l'augmentation de la proportion d'établissements écolabellisés dans leur offre ; la mise en place de séjours solidaires ; l'amélioration du bien-être au travail ; et la structuration de la démarche RSE. Des objectifs chiffrés pour la plupart, précisés pour chaque année jusqu'en 2030. « Aujourd'hui 30 % de nos ventes concernent des établissements ayant reçu l'un des 5 écolabels que l'on a retenus et nous visons les 40 % d'ici là », détaille le dirigeant, qui refuse pour autant d'en faire une condition de référencement. « Nous mesurons le bien-être de nos collaborateurs deux fois par an grâce à 50 questions pour le faire progresser et atteindre une note de 7,5/10 contre 6,75 en novembre 2025 et 7,3 en avril 2026. Enfin, nous élaborons actuellement une offre de séjours solidaires à destination des aidants. » L'idée étant de se

rapprocher d'associations pour cibler les bénéficiaires et leur proposer des séjours à prix coûtant afin qu'ils puissent « gagner des points d'énergie ». Une quinzaine de personnes pourraient en profiter cette année, pour grimper progressivement jusqu'à 300 en 2030. « On pourrait très bien donner un pourcentage de notre chiffre d'affaires à des structures, mais on préfère que les équipes s'impliquent, qu'elles fassent leur métier autrement », glisse Étienne Goujot. Elles bénéficient d'ailleurs d'actions gratuites distribuées pour booster leur implication, en plus de la politique d'intéressement.

VERS LA CERTIFICATION ECOVADIS

Dernier pilier : la structuration de la démarche RSE de Thalasseo grâce à la certification EcoVadis, qui doit « permettre d'avoir une vision homogène et transverse » mais aussi « de se mesurer à ce qui se fait de mieux dans les autres entreprises », explique le dirigeant, qui n'exclut pas une certification B Corp dans quelques années puis le statut d'entreprise à mission. « Nous serons peut-être mûrs dans deux ans mais nous ne voulons pas aller trop vite », estime le chef d'entreprise. « Nous n'avons nos propres locaux que depuis décembre. Auparavant nous étions encore sur le même campus que Voyage Privé qui a connu un succès fulgurant. Nous sommes encore très proches mais à un moment il faut s'émanciper, ne plus rester sous l'ombre du très bel arbre. » Et pousser aussi. En croissance, Thalasseo ambitionne de doubler son volume d'affaires en 4-5 ans. Après avoir recruté six personnes en un an, la PME aixoise va encore en embaucher quatre cette année.

Audrey Savournin

Thalasseo incite les établissements référencés à obtenir l'un des 5 écolabels que l'entreprise a retenus.



Pizzorno Environnement mobilise 27,5 millions d'euros pour améliorer le tri des déchets

Le groupe varois Pizzorno Environnement a investi 25,2 millions d'euros, auxquels s'ajoutent 2,3 millions d'euros apportés par Citeo, pour créer Triazur : un nouveau centre de tri des déchets ultra-technologique situé au Muy, dans le Var. Il pourra bientôt traiter 56 000 tonnes par an et renforcer l'économie circulaire du territoire.



frastructures historiques. Ces dernières sont désormais dédiées à l'accueil, à la pesée, aux espaces administratifs, à la réception des produits ainsi qu'au stockage des flux triés.

MIEUX TRIER LES DÉCHETS POUR DAVANTAGE RECYCLER

Livré après 18 mois de travaux et bientôt mis à disposition des collectivités comme des industriels, Triazur (65 salariés) doit permettre d'optimiser l'identification et la séparation des déchets recyclables. Notamment grâce à un process industriel de dernière génération combinant tri mécanique et aéraulique, technologies optiques, intelligence artificielle et supervision numérique.

Le site intègre également des dispositifs de régulation intelligente des flux afin de fluidifier l'activité et d'adapter automatiquement les cadences aux volumes entrants. Résultat : moins de refus de tri, plus de tonnages orientés vers les filières de recyclage et donc valorisés.

UNE CAPACITÉ TOTALE DE 56 000 TONNES PAR AN

En capacité de trier 56 000 tonnes de déchets par an (jusqu'à 12 tonnes par heure), Triazur pourra réceptionner des volumes en constante augmentation, avec des pics pouvant atteindre 1 000 tonnes par semaine durant l'été. Et même recevoir temporairement des flux supplémentaires en cas de défaillance d'une autre installation. Enfin, il a vocation à accompagner la montée en puissance des filières à Responsabilité élargie du producteur, qui contribuent à réduire les déchets.

Audrey Savournin

Avec une capacité de 56 000 tonnes de déchets par an, la plateforme Triazur doit permettre de mieux trier pour davantage recycler.

Le groupe varois Pizzorno Environnement (2 500 salariés, CA 2025 : 274,5 millions d'euros), dont le carnet de commandes atteint des records à 1,12 milliard d'euros au 31 mars 2026, avec un taux de reconduction des contrats de 97,6 % en 2025, vient de présenter Triazur. Il s'agit de son nouveau centre de tri des déchets ménagers recyclables. Un site situé au Muy, dans le Var, pour lequel le spécialiste de la propreté, de la collecte et du traitement des déchets a mobilisé 27,5 millions d'euros dont 2,3 millions d'euros apportés par Citeo, spécialisé dans le recyclage des emballages ménagers et des papiers graphiques. Soit l'un des investissements privés les plus importants en France ces deux dernières années dans le domaine des centres de tri,

qui devrait asseoir encore la croissance de l'activité du groupe, tout en permettant de développer l'économie circulaire et de répondre aux besoins du territoire.

UN OUTIL TECHNOLOGIQUE DE POINTE

Le Var est en effet porté par une forte dynamique démographique et touristique, en plus d'être soumis, comme tout le pays, à l'extension des consignes de tri à l'ensemble des emballages ménagers, incluant désormais les films plastiques, pots ou barquettes. Face à ces mutations, le groupe a investi dans un outil technologique de pointe, flexible et modulaire. Un nouveau bâtiment de 3 500 m² destiné à abriter l'ensemble des équipements de tri, ainsi que quatre alvéoles de transit extérieures, ont été construits sur le terrain de 34 000 m² hébergeant déjà les 6 500 m² d'in-



Ovadia Schvarcz est le fondateur et dirigeant d'Ovi.

de la conception, le reconditionnement et le suivi en France. L'idée est de les mettre sur le second marché, de manière locale, voire de les offrir à des associations. »

UN SOUTIEN DE LA RÉGION SUD

Ovi a ainsi reçu un soutien de la Région Sud - 200 000 euros d'euros d'avance remboursable - pour monter son centre de reconditionnement à Nice. Celui-ci devrait être opérationnel en 2027, dès que l'emplacement aura été trouvé. « Nous avons déjà identifié trois locaux, reprend le dirigeant. Nous n'avons besoin que de 150 m² mais nous avons surtout des contraintes techniques avec les arrivées d'eau, l'accessibilité pour la livraison de palettes. » Deux postes devraient être créés au lancement pour arriver à 6 emplois en 2029.

COMME UN IPHONE

Mais les machines d'Ovi - avec pour l'heure seulement deux générations de modèles - sont-elles déjà au stade d'une éventuelle seconde vie ? « Nous anticipons, explique Ovadia Schvarcz. Car quand on sort une nouvelle génération, près de 50 % des clients veulent y passer... même si leur machine actuelle fonctionne toujours parfaitement. Un peu comme un iPhone : ils sont très satisfaits du produit et veulent avoir la dernière nouveauté. On ne peut pas leur dire non, mais on a mis en place un programme de reprise de leurs appareils. » Une activité aujourd'hui sous-traitée, à Nice, qu'elle veut donc internaliser. En parallèle, l'entreprise prépare une levée de fonds qu'elle souhaite lancer juste après la commercialisation de son prochain appareil mi-2027, afin de pouvoir attaquer le marché américain, « le Graal », selon le dirigeant, « car aux États-Unis, l'eau est très chère et n'est pas bonne, et nous avons eu un retour très positif au CES Las Vegas en 2025. » D'ici là, elle devrait avoir atteint la rentabilité, fin 2026.

Olivia Oreggia

Ovi se lance déjà dans le reconditionnement de ses fontaines à eau innovantes

Alors qu'elle se prépare à sortir un modèle encore plus innovant de sa machine à eau filtrée, qui vise à remplacer à la fois cafetières, théières et bouilloires, la niçoise Ovi travaille déjà au reconditionnement de ses appareils. Un centre dédié devrait être opérationnel dès 2027, à Nice.

Ovadia Schvarcz est lucide. Il sait que le succès des machines à eau compactes mises au point par son entreprise Ovi (CA 2025 : 750 000 € avec 30 % de croissance annuelle), vendues essentiellement en BtoC, n'est pas dû à leur argument écologique. S'il les a développées dans le but de supprimer au maximum l'utilisation de bouteilles en plastique, il concède : « il y a un peu d'ingrédients écologiques dans l'achat mais il y a surtout un côté pratique. Ces machines sont dans l'air du temps. »

TOUT AVOIR, INSTANTANÉMENT

Car elles répondent à ce besoin grandissant dans nos sociétés

modernes : l'instantanéité. Et c'est instantanément justement, qu'Ovi fournit une eau filtrée, à température choisie, plus ou moins fraîche, chaude ou tempérée. Et le prochain modèle permettra aussi de l'aromatiser, de la rendre gazeuse et même de « remplacer à la fois la cafetière, adaptable à toutes capsules de café, la théière et la bouilloire ». Tout en déployant ses innovations technologiques, l'entreprise niçoise travaille aussi à leur devenir et leur impact environnemental. Toutes les machines sont fabriquées en Chine « pour des contraintes techniques et budgétaires. Nous n'avons pas trouvé en France d'usine capable de faire exactement cette technologie, précise Ovadia Schvarcz. En revanche, l'idée est de faire en plus

Main Chrétien, cofondateur d'Hoppi.



© DR

Hoppi aide médecins et recruteurs à se trouver

Née à Marseille en 2024, la plateforme en ligne Hoppi met en relation les médecins en recherche de missions ou de postes avec les établissements de santé qui recrutent. Après avoir levé 600 000 euros, la start-up vise 700 000 à 800 000 euros de chiffre d'affaires en 2026 et la place de numéro un sur ce marché d'ici deux ans.



« Quand ma compagne médecin a dû prendre son congé maternité, elle ne trouvait personne pour la remplacer aux urgences gynécologiques. Sans Hoppi, le service aurait fermé tous les mercredis »,

Marin Chrétien, cofondateur de l'entreprise

Le nom de l'application, Hoppi, n'est pas des plus éloquents. Son logo, une tête d'hippopotame multicolore, non plus. Mais si on vous dit qu'Hoppi est une sorte de diminutif pour hôpital et « hippo » (pour l'hippopotame) pour Hippocrate, est-ce que cela vous met sur la voie ? Créée en 2024 à Marseille, cette plateforme en ligne a vocation à mettre en relation des médecins en quête de missions ou d'un poste avec des établissements de santé qui cherchent à embaucher, sans intervenir dans les négociations salariales, la contractualisation ou le paiement. La publication des annonces est gratuite mais les recruteurs versent à Hoppi environ 100 euros par jour de remplacement réalisé grâce au « matching ». En 2025, la start-up (7 collaborateurs ; CA 2025 : 200 000 €) en a relayé 2 000, diffusés par 400 cliniques, hôpitaux, Ehpad, maisons de santé, médecins libéraux et autres centres de soins médicaux de réadaptation. Un nombre qu'elle souhaite quadrupler cette année, notamment grâce aux 600 000 euros qu'elle vient de lever auprès des fonds Kima Ventures (150 000 €), Aonia Ventures (100 000 €) et Super Capital (50 000 €) ainsi qu'auprès d'une dizaine de business angels.

ÊTRE LEADER EN 2028

« Nous avons choisi d'ouvrir le capital, en gardant complètement la main, pour avoir de la visibilité financière et arriver plus rapidement à nos objectifs », résume Marin Chrétien, cofondateur de l'entreprise avec Arthur Sevestre. C'est-à-dire ? « Atteindre 700 000 à 800 000 euros de chiffre d'affaires en 2026, avec 500 établissements de santé utilisant l'appli pour recruter et 20 000 médecins, internes

notamment, y cherchant du travail, contre 8 000 aujourd'hui », précise le dirigeant. Et après ? « Être le numéro 1 du marché d'ici deux ans, avec un à deux millions de jours de remplacements médicaux diffusés par an ». Après un démarrage plus ancré en région Paca, le codirigeant entend couvrir rapidement tout le territoire et « réussir à accomplir une mission assez forte avec Hoppi » puisque l'application ambitionne d'éviter des fermetures de lits ou de services. Ce qu'elle a déjà fait à la maternité Bouchard à Marseille, qui avait besoin d'un pédiatre certains soirs, ou aux urgences d'un établissement breton, argumente Marin Chrétien. « C'est un vrai enjeu de santé publique et c'est ultra-gratifiant », insiste-t-il.

NÉ D'UNE EXPÉRIENCE PERSONNELLE

« Quand ma compagne médecin a dû prendre son congé maternité, elle ne trouvait personne pour la remplacer aux urgences gynécologiques de l'hôpital Saint-Joseph à Marseille, retrace-t-il très concrètement. Sans Hoppi, le service aurait fermé tous les mercredis. La ressource existe mais le bouche à oreille

ne suffit pas. » Et les offres d'emploi classiques non plus. Il l'avait déjà constaté quand sa conjointe cherchait désespérément des remplacements pour glisser de l'exercice de la médecine de ville à un emploi dans des établissements de santé privés. Elle ne savait pas où travailler ni qui contacter pour candidater. Et c'est ce qui l'a poussé à créer Hoppi, après une première expérience entrepreneuriale dans le conseil en ingénierie. Il s'est associé à Arthur Sevestre, ingénieur comme lui et dirigeant d'une plateforme facilitant le recrutement de commerciaux. « Je porte la partie produit, le marketing et la communication, précise-t-il. Et lui davantage les process. »

RÉPONDRE AUX BESOINS DES HÔPITAUX PUBLICS

Pour l'heure, la start-up, accompagnée par Marseille Innovation, Bpifrance et la French Tech, centralise surtout des offres en Soins Médicaux de Réadaptation et cliniques privées. Mais l'Assistance Publique des Hôpitaux de Paris lui fait confiance et les hôpitaux publics en général constituent un axe de développement majeur, qui passe par l'intégration d'offres d'intérêt sur laquelle travaille la jeune société. Sur le point de recruter trois nouveaux salariés, les deux dirigeants ne manquent pas de pistes de développement. Ils sont ainsi ouverts à la création d'une filiale pour décliner l'application à destination des pharmaciens. Et souhaitent être capables, d'ici un an ou deux, de « permettre à des villes sous-dotées en médecins de proposer des missions et des installations sur notre application ». Enfin, ils envisagent une internationalisation de leur activité et donc une nouvelle levée de fonds en 2028.

Une partie de l'équipe d'Hoppi, dont Marin Chrétien et Arthur Sevestre, à gauche au premier plan.



Audrey Savournin



Hacker éthique, Florian Ecard a fondé la start-up Hackmosphere, aujourd'hui installée au pôle Alpha à Sophia Antipolis.

Hackmosphere transforme le piratage en atout compétitif

Si l'enjeu est encore trop sous-estimé, il est pourtant stratégique pour toute entreprise. La cybersécurité est le cœur d'activité d'Hackmosphere qui permet de déceler les failles en la matière. La start-up basée à Sophia Antipolis veut accélérer pour adresser davantage de grands groupes.

Piratage, hameçonnage, rançongiciel, virus... Combien une cyberattaque coûterait-elle à votre entreprise ? La question, selon Florian Ecard, vaut, littéralement, de prendre le temps du calcul.

SÉCURITÉ OFFENSIVE

Fondateur de Hackmosphere, start-up fraîchement installée au pôle Alpha de Sophia Antipolis, il est ce que l'on appelle un hacker éthique, à savoir un cyberpirate bienveillant. Dans le secteur, on parle d'expert en sécurité offensive. « Dans la cybersécurité offensive, notre but est de trouver les failles qui n'ont pas été détectées par les ingénieurs défensifs, explique-t-il. On va donc vraiment simuler ce que fait un vrai hacker, avec les mêmes tech-

niques, les mêmes outils, les mêmes capacités... mais à la fin, on adresse un rapport et des recommandations au client. » Un client qui, au-delà de protéger son activité, peut valoriser la robustesse de son système informatique auprès de ses propres clients. La cybersécurité devient alors un véritable levier de compétitivité. Ces simulations sont des « pentests », des tests d'intrusion en français. « Typiquement, une petite structure de 30 ou 40 salariés qui veut devenir sous-traitante de la SNCF ou d'Airbus doit obligatoirement avoir fait ces tests, souligne Florian Ecard. Beaucoup de clients viennent précisément me voir pour cela. » Mais, avant tout « pentest », l'entreprise doit faire une analyse de risques. « Il lui faut connaître

son niveau de dépendance à l'informatique. » Ses clients sont essentiellement français (Marie Blachère, But...) mais la start-up a également travaillé en Libye, pour la Banque centrale, à Madagascar ou en Italie.

À L'ASSAUT DE PLUS GRANDS

Hackmosphere compte à ce jour une équipe de 4 personnes chevronnées en matière de cybersécurité. Mais Florian Ecard veut accélérer, avec une croissance de 30 % par an, pour atteindre les 10 collaborateurs experts dans les cinq ans. « Cela nous donnerait toute légitimité pour répondre aux grands groupes de plus de 5 000 salariés, qui ont une certaine maturité en cybersécurité et des personnes dédiées qui réalisent en interne plusieurs pentests par an. Aujourd'hui, notre valeur ajoutée auprès d'eux est donc relativement limitée, mais avec ces entreprises, on vise du Red team. »

L'équipe rouge, en français... face à l'équipe bleue. Il s'agit là de lancer un assaut fictif sur la sécurité d'un système informatique : les premiers attaquent, les seconds doivent défendre, c'est-à-dire détecter et stopper l'intrusion. Contrairement au pentest qui est ponctuel et sur un périmètre donné (cloud, site internet, application...), le Red team va plus loin et étale sa mission sur plusieurs semaines ou mois. Et il est imprévisible. Les collaborateurs ne sont pas informés en amont pour que le test demeure ultra-réaliste. Selon l'Anssi, l'Agence nationale de la sécurité des systèmes d'information, une cyberattaque coûte en moyenne 466 000 euros à une PME française. Un chiffre en deçà de la réalité car il ne prend en compte que les coûts directs. Les impacts indirects — interruption d'activité, perte de clients, destruction de données, atteinte à la réputation — peuvent sérieusement faire gonfler la note.

Olivia Oreggia

Askleia lève 2,3 millions d'euros pour optimiser la production de biomédicaments

Nouvelle direction, nouvelles ambitions et nouveau nom pour la biotech aubagnaise Ipsomel, qui devient Askleia. Elle vient de lever 2,3 millions d'euros et va pouvoir accélérer la validation industrielle et la commercialisation de ses équipements innovants.



Cédric Lanta, ingénieur commercial et financement de l'innovation d'Askleia, Jean-Etienne Fortier, directeur des opérations, et Jean-François Hilaire, président.

Bien que créée en 2021, la jeune entreprise innovante aubagnaise Askleia en est à ses débuts. Employant aujourd'hui 15 employés, et bientôt 27 après la reprise d'actifs de la société Ipsomedic, la biotech ne commercialise pas encore ses équipements destinés à la production de biomédicaments. Mais elle s'apprête à franchir un cap grâce à une récente levée de fonds de 2,3 millions d'euros, essentiellement auprès de business angels au capital depuis 2022, mais aussi auprès d'un nouvel actionnaire et du fonds iXCor, spécialisé dans les biotech et deeptech. Une opération menée sous l'impulsion du nouveau président d'Askleia depuis le printemps 2025, Jean-François Hilaire, qui affiche 35 ans d'expérience dans l'industrie pharmaceutique. Ce dernier avait intégré la biotech pour la doter «d'une feuille de route précise, notamment pour

convaincre les investisseurs», explique le dirigeant de l'entreprise née sous le nom d'Ipsomel, avant d'être rebaptisée Askleia en référence au dieu grec de la médecine Asclepios.

OPTIMISER LA PRODUCTION DE BIOMÉDICAMENTS

Une étape décisive pour développer sa technologie brevetée permettant d'optimiser la production de biomédicaments (ARN, peptides, anticorps conjugués, protéines recombinées), qui représentent deux tiers des médicaments en cours de développement dans le monde. Soutenue par le pôle de compétitivité Eurobiomed, Askleia va en effet accélérer la validation industrielle de son innovation de rupture basée sur l'électrophorèse, qui permet de séparer une molécule de son milieu de culture sous l'effet d'un champ électrique. Une purification réalisée aujourd'hui avec une autre technique (la chro-

matographie), qui représente 60 % du coût de fabrication des biomédicaments.

«Avec l'électrophorèse, on utilise moins de main-d'œuvre et de consommables, on diminue les coûts d'au moins 50%, et on évite l'utilisation de solvants, vante le président d'Askleia. C'est une technologie en devenir, qui n'est pas maîtrisée en production industrielle et qui butait sur la formation de bulles qui bouchent les cathéters de l'équipement. Nous avons levé ce blocage.»

AUGMENTER LE CAPITAL

L'heure n'est pas encore à la commercialisation des équipements de bioproduction, espérée en 2030, mais les partenariats conclus récemment doivent apporter les premiers revenus cette année et de nouvelles augmentations de capital sont d'ores et déjà prévues. «Obtenir 900 000 euros de Bpifrance en 2025 nous a aidés dans la récente levée de fonds. Mais la route est longue et la pente est raide, sourit le dirigeant. Il est urgent de montrer des données de performance pour convaincre les organismes publics de continuer à nous soutenir et les fonds d'investissement de nous rejoindre.» Actuellement, une vingtaine d'investisseurs concourent à «une répartition très diffuse» du capital. Ils pourraient bientôt augmenter leur participation, puisqu'Askleia a besoin de 2 millions d'euros de financement d'ici 2030. À cet horizon, Jean-François Hilaire entend s'appuyer sur une centaine de salariés. Objectif suivant : dépasser les 400 millions d'euros de chiffre d'affaires d'ici 2040.

Audrey Savournin

Deux usines fabriquent chaque année 60 millions d'unités de la marque L'Occitane en Provence, dont celle de Manosque, qui emploie 800 personnes.



© CAMILLE GABARRA_VRAISTUDIO

L'Occitane en Provence



1976

Olivier Baussan distille du romarin sauvage avec un ancien alambic et vend ses huiles essentielles sur les marchés de Haute Provence.



1980

La première usine et la première boutique voient le jour à Volx.

1978

Olivier Baussan s'installe dans une villa située sur les hauteurs de Manosque à Volx. La production y est encore artisanale.

Le groupe qui a transformé la Provence en marque mondiale

Partie d'un alambic acheté au poids du cuivre en 1976, L'Occitane en Provence est devenue en un demi-siècle une marque cosmétique présente dans plus de 90 pays. Implantée à Manosque, où elle produit l'essentiel de ses références, la marque poursuit sa montée en gamme et la transformation de son réseau de boutiques à travers le monde.

Les boutiques de L'Occitane en Provence sont reconnaissables entre mille. Derrière leurs devantures aux teintes ensoleillées et leurs étagères de bois clair, les savons, huiles et crèmes mettent en scène une Provence faite de lavande, d'amandiers ou encore d'immortelles. De New York à Tokyo, de São Paulo à Hong Kong, présentes dans les aéroports les plus fréquentés comme dans les quartiers commerçants les plus passants, elles diffusent partout la même promesse : un art de vivre provençal.

Pour ses 50 ans, la marque a choisi de revenir à ses racines. La première boutique du réseau à avoir fait peau neuve est celle qui jouxte son usine historique de Manosque. Plus qu'une simple rénovation, elle illustre le nouveau positionnement de la marque. La nouvelle génération de magasins entend proposer bien davantage que des produits : conseils personnalisés, diagnostics de peau, soins en cabine, ateliers de gravure et de personnalisation. Une expérience complète, appelée à inspirer progressivement les quelque 3 000 boutiques du groupe dans le monde.

UN ALAMBIC ET DES RENCONTRES

À quelques mètres de là, le parcours de visite de la manufacture a lui aussi été entièrement repensé. Une manière de rappeler que derrière la marque mondiale subsiste un ancrage industriel bien réel dans les Alpes-

de-Haute-Provence. Premier employeur privé manosquin avec 800 salariés, le site produit chaque année près de 60 millions d'unités : parfums, soins du visage, produits capillaires ou corporels, expédiés vers plus de 90 pays. Une seconde usine implantée en Ardèche complète ce dispositif de production intégralement français. L'histoire débute pourtant modestement en 1976. Cette année-là, Olivier Baussan abandonne ses études et rachète à un ancien agriculteur un vieil alambic payé au poids du cuivre. Avec celui-ci, il distille du romarin et de la lavande qu'il vend sur les marchés de Provence. Le jeune entrepreneur multiplie ensuite les rencontres décisives : un maître savonnier lui cède ses premières



Olivier Baussan a fondé L'Occitane en Provence en 1976.

© L'OCCITANE

1992

La première boutique parisienne ouvre ses portes, marquant le début de l'expansion du réseau.

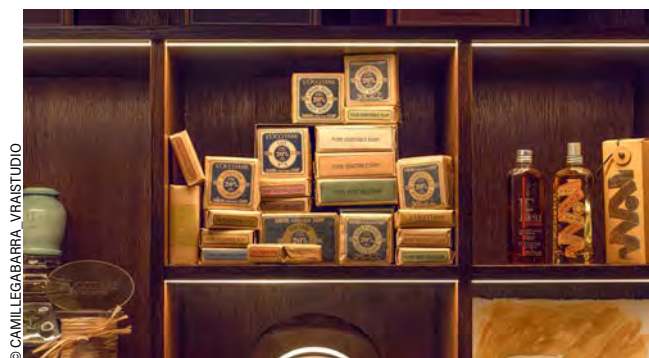
1993

Lancement de la Crème Mains Karité, qui devient l'un des produits les plus emblématiques de la marque.



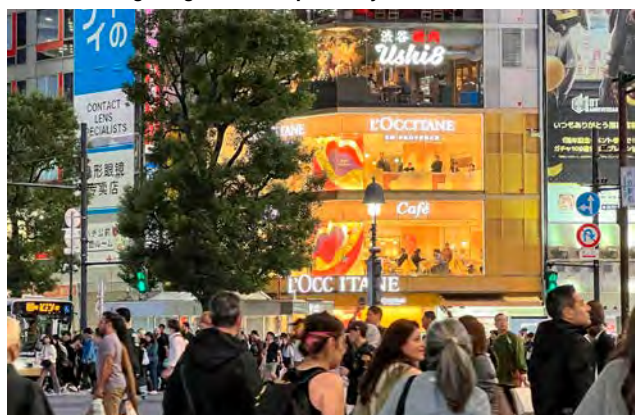
1996

L'entrepreneur autrichien Reinold Geiger prend le contrôle de L'Occitane.



L'Occitane en Provence propose plus de 300 références.

Entre 1995 et 1997, les premières boutiques L'Occitane en Provence ouvrent à Hong Kong, New York, puis Tokyo.



© OLIVIA OREGGIA



machines, un chimiste l'accompagne dans le développement de ses produits. En 1982, la première boutique ouvre à Volx. « Toute l'histoire de la maison s'est faite autour de rencontres », résume aujourd'hui Hélène Goetzelmann, vice-présidente Client Experience de L'Occitane en Provence. La rencontre la plus structurante intervient au début des années 1990. Le très discret entrepreneur autrichien Reinold Geiger investit dans la société avant d'en devenir l'actionnaire majoritaire. Sous son impulsion, la petite entreprise provençale change d'échelle.

LA PROVENCE À LA CONQUÊTE DU MONDE

Les premières boutiques internationales ouvrent à New York et Hong Kong en 1995, puis au Japon l'année suivante. Désormais, L'Occitane exporte la Provence. « La marque est d'abord née en France avant de faire rayonner une certaine vision de la beauté aux États-Unis, puis en Asie et dans le reste du monde », poursuit Hélène Goetzelmann. Cette stratégie s'avère particu-

lièrement efficace en Asie, où l'évocation de la Provence séduit une clientèle en quête d'authenticité. L'introduction en Bourse à Hong Kong en 2010 symbolise cette réussite internationale avec un peu plus de 500 millions d'euros levés. Quatorze ans plus tard, Reinold Geiger retire le groupe de la cote, valorisé à plus de six milliards d'euros, afin de poursuivre son développement avec davantage de liberté stratégique.

Aujourd'hui, L'Occitane rassemble huit marques (parmi lesquelles Melvita, Erborian, ou Sol de Janeiro), emploie près de 9 000 personnes et réalise un chiffre d'affaires proche de 3 milliards d'euros. La seule marque L'Occitane en Provence représente près de la moitié de cette activité.

MANOSQUE ET LA BIODIVERSITÉ AU CŒUR DE LA MARQUE

Pour autant, la Provence demeure le cœur du récit. Les 800 salariés du site de Manosque, dont 200 chercheurs et techniciens dédiés à la recherche et développement, travaillent à partir d'environ 600 ingrédients



2010

Introduction en Bourse de L'Occitane Group à Hong Kong, une première pour une entreprise française de cosmétiques sur cette place financière.



La boutique L'Occitane en Provence, attenante à l'usine de Manosque, a été intégralement rénovée.

© CAMILLE GABARRA_VRAISTUDIO

issus de filières agricoles sélectionnées. Verveine, amande, lavande ou immortelle en Provence, karité au Burkina Faso. « Nous dépendons entièrement de la biodiversité pour réaliser nos formules, explique Jean-Charles Lhommet, responsable R & D. Nous travaillons main dans la main avec les agriculteurs et nouons des partenariats de long terme pour obtenir des plantes riches et vivantes. » L'entreprise revendique près de 10 000 partenaires agricoles dans le monde et accompagne notamment 6 000 femmes productrices de karité au Burkina Faso. Un engagement reconnu en 2023 par l'obtention de la certification B Corp. « Une étape décisive qui reflète un engagement de longue date en matière de développement durable, notamment au travers de son action en faveur des communautés auprès desquelles il est impliqué, la protection de la biodiversité, la réduction des déchets et la lutte contre le changement climatique », précise l'entreprise. Si le produit demeure central, l'enjeu se situe désormais dans l'expérience délivrée, un enjeu qui se traduit par une profonde trans-

L'histoire partagée avec les femmes du Burkina Faso commence dans les années 80 lorsqu'Olivier Baussan lance une gamme de soins au karité.

formation de son réseau pour « redynamiser l'offre et la distribution », explique Olivier Dupuy, directeur général France. Plus de la moitié des 80 boutiques françaises ont déjà été rénovées dans le cadre d'un vaste programme d'investissement (montant non communiqué). « Notre ambition est de faire de chaque boutique un lieu capable de proposer un véritable moment de bien-être, ajoute-t-il. Il s'agit d'accompagner la croissance assez significative du panier moyen, de + 12 % l'an dernier. » La stratégie vise également une montée en gamme. Le nombre de références a été rationalisé autour d'environ 300 produits, tandis que les implantations privilégient désormais davantage les centres-villes que les centres commerciaux traditionnels.

Cinquante ans après les premiers flacons vendus sur les marchés provençaux, L'Occitane continue de capitaliser sur ce qui a fait son succès : l'association entre un territoire, une biodiversité préservée et un savoir-faire cosmétique.

Hélène Lascols

FICHE ENTREPRISE

2,8 milliards d'euros

de chiffre d'affaires en 2025 pour les huit marques du groupe. L'Occitane en Provence représente 48,4 % des ventes.

9 000 salariés

dont 800 au siège de la marque L'Occitane, à Manosque.

3 000 points de vente

répartis dans 90 pays.

100 spas et 2 500 hôtels partenaires

dont le Couvent des Minimes dans les Alpes-de-Haute-Provence, racheté en 2005 par Reinold Geiger.



© ROMAIN VERRON

Rencontre

Alpes-Maritimes **INDUSTRIE**

Avril 2019 à bord du porte-avions Charles de Gaulle, Romain Condello est encore pilote de Rafale.



© CHARLES WASSILIEFF/MARINE NATIONALE

Romain Condello, de pilote de chasse à entrepreneur dans les volets roulants

Ex-pilote de Rafale dans l'Armée française, Romain Condello a trouvé un nouveau sens et un challenge « ultra-motivant » dans l'entreprise. Il dirige la TPE industrielle Rolheur, près de Nice, qu'il a reprise et dans laquelle, aussi surprenant soit-il, il dit s'épanouir bien plus encore.



Au bout d'un petit chemin sur la comamune de La Gaude, près de Nice, l'entreprise Rolheur, fabricante de volants roulants pour installateurs. À sa tête, un homme heureux de sa nouvelle condition de chef d'entreprise. Il n'y a pas si longtemps encore, Romain Condello était pilote de Rafale, avion militaire de combat. Le rêve du petit garçon qu'il était, aussi loin qu'il s'en souviennent. À 18 ans, il quitte la Côte d'Azur et sa famille pour intégrer une école d'ingénieurs à Laval (Mayenne), avant de rejoindre l'Armée. Treize ans plus tard, il choisit de ne pas renouveler son contrat. «J'avais envie de faire autre chose et d'être un peu plus présent à la maison, explique le père de deux enfants. J'étais en mer 6 mois par an, sans compter tous les à-côtés, les vols de nuit... Pour la vie familiale, c'était compliqué.»

UNE « ÉNERGIE DE JEUNE HOMME »

Alors que nombre de ces pilotes de chasse se reconvertissent en pilote de ligne une fois dans la vie civile, Romain Condello prend un virage que d'aucuns estiment pour le moins inattendu : après plus d'une année de réflexion, il s'associe en 2024 avec un dirigeant local, Geoffrey Calamuso, 38 ans lui aussi, dont l'entreprise est spécialisée dans les stores, pour reprendre Rolheur. À sa propre surprise, il raconte alors avoir retrouvé « une énergie de jeune homme. L'énergie que je n'avais plus forcément dans ma précédente activité où la routine s'était installée. Je n'y trouvais plus vraiment de challenge. Il me fallait sortir de ma zone de confort. » Le néo dirigeant se lance pleinement dans sa nouvelle mission. Sans compter les heures, il apprend le métier, sur le tas. Maîtriser la fabrication, les outils informatiques, établir des devis, gérer les factures, manager une petite équipe, recruter... en moins de deux ans, la TPE s'est étoffée, passant d'un à trois colla-

« J'ai retrouvé du sens dans ce projet-là. À la fin de la journée, on a l'impression d'avoir fait une différence. On a produit quelque chose. »

Romain Condello, dirigeant de Rolheur

borateurs, et a plus que doublé son chiffre d'affaires qui atteint 1,2 million d'euros. « Il n'y a pas 36 000 solutions, on essaie de faire le moins d'erreurs possibles, de gérer le risque intelligemment », résume-t-il en établissant spontanément le parallèle avec son ancienne vie, en matière de gestion du risque. « Dans la manière d'aborder les choses, de toujours savoir dans quoi on met les pieds, de se laisser des portes de sortie si jamais une erreur a été commise... J'ai essayé de manœuvrer ainsi, avec les compétences que j'avais développées dans mon précédent métier qui, j'ai l'impression, sont transposables. Il a fallu tout faire en même temps. Et en bout de chaîne opérationnelle, comme c'est le cas pour un pilote, les excuses, il n'y en a pas. La mission, il faut qu'elle soit faite. S'il y a des actions à entreprendre, des décisions à prendre, des choses à faire pour mener cette mission à bien en temps et en heure, on fait ce qu'il faut pour que ça fonctionne. »

« FAIRE QUELQUE CHOSE DE DIFFICILE »

Comment imaginer toutefois que tirer un trait sur l'adrénaline que procure l'entrée dans un

cockpit pour passer à la gestion quotidienne et au développement d'une petite entreprise industrielle, puisse le faire autant vibrer ? « Si on me proposait d'aller faire un tour, je le ferais bien volontiers, concède-t-il. Mais je regarde vers l'avant, je ne suis pas nostalgique. » Et puis Romain Condello s'est aussi laissé le temps de la réflexion et peut-être plus encore, de l'analyse. Pas de caricature de tête brûlée façon Top Gun. L'homme serait plutôt animal à sang froid. « Je me suis rendu compte en rentrant dans l'Armée, mais surtout en la quittant, qu'il y avait beaucoup de grands passionnés d'aviation. Moi, en fait, je ne l'étais pas vraiment. Je voulais surtout faire quelque chose de difficile, c'était ça ma motivation. »

ÊTRE CONCRÈTEMENT UTILE

La volonté d'entreprendre aussi était là. Un univers et un challenge qui lui semblaient bien alléchants. Il avait même un temps pensé reprendre l'activité de son père, installateur de volets roulants. Ce dernier était un client de Rolheur, c'est par son entremise que s'est fait la connexion avec l'ancien dirigeant devenu cédant. La boucle était bouclée. « J'ai retrouvé du sens dans ce projet-là, confie Romain Condello. La plupart du temps, dans l'Armée, dans une journée normale, on s'entraîne. De temps en temps, quand on partait, il y avait de vraies missions de guerre. Néanmoins, quand on se couche le soir, il n'y a pas eu de création, pas d'apport, pas de valeur ajoutée à la société. Dans un projet entrepreneurial comme celui-là ou dans d'autres, à la fin de la journée, on a l'impression d'avoir fait une différence. On a produit quelque chose. »

Olivia Oreggia

Romain Condello a repris et dirige l'entreprise Rolheur, fabricante de volets roulants, qui compte désormais 3 collaborateurs.



© OLIVIA OREGGIA



© SUBSEA7

Olivier Blaringhem sera le nouveau PDG de Bourbon dès septembre

Après avoir finalisé l'entrée au capital de fonds affiliés à Davidson Kempner Capital Management LP et Fortress Investment Group LLC, devenus actionnaires majoritaires en début d'année, le marseillais Bourbon (5 850 salariés, CA 2024: 733 M€) se dote d'un nouveau PDG. Spécialisé dans les services maritimes innovants et durables sur les champs pétroliers, gaziers et éoliens, le groupe a officialisé la nomination d'Olivier Blaringhem à compter du 14 septembre prochain, pour succéder à Gaël Bodénès, qui occupait cette fonction depuis 2017.

« Nous avons mené à bien une restructuration financière significative qui constitue une base solide pour valoriser les atouts du groupe tout en évoluant vers un modèle plus agile et rigoureux dans la gestion de son capital, analyse Bruno Chabas, président du Conseil de Bourbon. L'expérience internationale d'Olivier et sa connaissance approfondie des services à l'offshore seront déterminantes pour accélérer ce développement et capter les opportunités de croissance à venir. »

Diplômé de l'École Spéciale des Travaux Publics de Paris, Olivier Blaringhem a travaillé plus de 25 ans dans les services maritimes, l'in-

génierie et les grands projets offshore à l'étranger. Il a effectué l'essentiel de sa carrière au sein du groupe britannique Subsea7 (15 000 collaborateurs), où il a occupé plusieurs fonctions de direction en Europe du Nord, Afrique, Asie et au Moyen-Orient.

UNE FEUILLE DE ROUTE CLAIRE

Il aura pour mission de poursuivre le renforcement de la performance opérationnelle, de consolider les positions commerciales du groupe et de l'accompagner dans ses prochaines étapes de croissance. « Je me réjouis de rejoindre Bourbon à un moment particulièrement structurant de son histoire, explique Olivier Blaringhem. Le groupe dispose d'atouts importants : une flotte de premier plan opérant dans les bassins offshore les plus dynamiques, des relations solides avec les principaux acteurs du secteur de l'énergie offshore, ainsi qu'une feuille de route stratégique claire dans un contexte de marché solide. »

Bourbon a récemment renforcé sa flotte (159 bateaux désormais) avec l'arrivée de 13 nouveaux navires de support offshore depuis le début de l'année, représentant une valeur de plus de 180 millions de dollars.

Audrey Savournin



© P. CHAGNON / COCKTAIL SANTÉ

Jean-Christophe Amarantini prend la tête de l'UPE 13

Jusqu'alors vice-président de l'Union pour les Entreprises des Bouches-du-Rhône (UPE 13) en charge des territoires, Jean-Christophe Amarantini prend la présidence de cette antenne locale du Medef. Président du groupe familial JCM Santé, spécialiste de l'accompagnement des seniors basé à Aubagne, président national du Synerpa (Syndicat national des établissements, résidences et services d'aide à domicile privés pour personnes âgées), il succède à Philippe Korcea, et entend renforcer le rôle de l'UPE 13 comme « organisation patronale de référence au service des entreprises du territoire, capable à la fois de défendre, fédérer, proposer et agir ». Il s'appuiera sur Catherine Vales, précédemment présidente de l'U2P des Bouches-du-Rhône, l'Union des entreprises de proximité, à qui il a confié la direction générale.



Ils font l'actualité



© DR

CHRISTIAN FOURNIER, directeur régional de Fidal Avocats en Méditerranée, a été élu président de Sud Place Financière, qui fédère l'ensemble des forces vives économiques et financières de la région Paca. Il succède à Alain Lacroix.



© DR

ERIKA BERNARDI est la nouvelle présidente des Femmes Chefs d'Entreprises de Monaco. Associée au sein du cabinet monégasque 99 Avocats, elle succède à Johanna Houdrouge.



© VILLE DE MARSEILLE

AMINE KESSACI, adjoint au maire de Marseille, militant contre le trafic de drogue, a été élu président du bailleur social Marseille Habitat (58 collaborateurs, plus de 3 500 logements gérés).



© DR

ANTHONY RENAUDI, directeur général du groupe éponyme à Cagnes-sur-Mer, est le nouveau président des Travaux Publics à la Fédération BTP des Alpes-Maritimes.

Ils bougent

Laetitia Estrosi-Schramm est désormais directrice régionale de Audacia, société de gestion de capital investissement créée en 2006 par Charles Beigbeder, qui s'implante ainsi en région Sud. Basée à Nice, elle était depuis 2020 directrice du développement du Fonds Tourisme Côte d'Azur déployé par M-Capital. **Pierre Ippolito** a été élu président de Team Nice Côte d'Azur, l'agence métropolitaine d'attractivité et de promotion économique. L'ex-président de l'UPE06 et ex-dirigeant du groupe azuréen Ippolito succède à Jacques Richier. **Laurent Manzoni** devient président de Bouygues Bâtiment Sud-Est. Il prend le relais de Daniel Lopes, appelé à de nouvelles fonctions dans le groupe. Il aura pour mission de poursuivre le développement de l'activité du constructeur dans le grand quart Sud-Est de la France.



© AMBITION CAPITAL

Marguerite Phan-Pappalardo devient présidente d'Ambition Capital

Marguerite Phan-Pappalardo (Smalt Capital) succède à Alexandre Flageul (Sofipaca), à la présidence d'Ambition Capital, association née en 2020 à Marseille, qui regroupe des acteurs en capital investissement en Région Sud. Le bureau est composé de Laetitia Estrosi-Schramm (Audacia), Rémy Garello (Connect Pro - Turenne Groupe), Jean-Michel Sibué (A Plus Finance), Pierre Joubert (Région Sud Investissement), Romain Parrinello (Caisse d'Épargne Côte d'Azur), Florence Polito (Sofipaca Capital Investissement) et Rémy Juvenon (BNP Paribas Développement).



© GSE

Solène Oger nommée au poste de directrice financière de GSE

Solène Oger est la nouvelle directrice financière du groupe avignonnais GSE (760 collaborateurs, CA : 808 M€), spécialiste en immobilier d'entreprise, et prend la responsabilité de l'ensemble des fonctions financières en France et en Europe. Diplômée de l'ED-HEC Business School et d'un DEA d'économie appliquée de Sciences Po Paris, Solène Oger totalise plus de 25 ans d'expérience dans la finance internationale. Passée par Deloitte, Lafarge, Atalian ou le Club Med, elle était directrice administrative et financière adjointe chez John Cockerill Hydrogen.

Le projet de gigafactory de Carbon devait s'étendre sur 45 hectares de la zone industrialo-portuaire de Fos-sur-Mer.



© D.R.

Carbon abandonne son projet de gigafactory à Fos-sur-Mer

L'espoir de voir émerger une filière solaire européenne souveraine s'éteint à Fos-sur-Mer. La start-up lyonnaise Carbon a annoncé l'abandon de son projet de gigafactory photovoltaïque, faute de visibilité sur le soutien européen au « made in Europe ». L'investissement s'élevait à 1,5 milliard d'euros et devait permettre la création de 3 000 emplois.

Coup dur pour la réindustrialisation de la France, et plus particulièrement de Fos-sur-Mer dans les Bouches-du-Rhône. Quatre ans après son lancement, la start-up lyonnaise Carbon a annoncé l'abandon de son projet d'y bâtir l'une des plus grandes usines de panneaux photovoltaïques d'Europe. Dans un message publié sur le réseau social LinkedIn, l'entreprise invoque l'absence d'un véritable marché européen protégé pour justifier une décision « difficile », devenue selon elle « inévitable ».

UN INVESTISSEMENT D'1,5 MILLIARD D'EUROS AUX OUBLIETTES

Le projet incarnait pourtant l'un des symboles les plus ambitieux de la réindustrialisation verte française et était attendu de toute une filière. Lancée en 2022 à Lyon, Carbon voulait construire à Fos-sur-Mer une gigafactory capable de produire dix millions de panneaux solaires par an. L'investissement annoncé dépassait 1,5 milliard d'euros. À horizon 2028-2030, le site devait employer près de 3 000 salariés sur 45 hectares de la zone industrialo-portuaire, une région très liée aux énergies fossiles qui gagnait au passage ses premiers galons de décarbonation. Il y a un an, le 1^{er} avril 2025, Carbon célébrait l'obtention du permis de construire et des autorisations environnementales nécessaires à son implantation. L'entreprise se félicitait alors d'être « le premier projet de gigafactory en France et en Europe » à disposer de l'ensemble des autorisations administratives pour fabriquer des panneaux photovoltaïques intégrés. Dans le même temps, la start-up lançait une levée de fonds citoyenne via Enerfip, avec l'objectif symbolique de récolter un million d'euros auprès du grand public. Une opération destinée à fédérer une communauté autour du projet, mais qui apparaissait déjà modeste face à l'ampleur des besoins financiers. Carbon devait en effet réunir 1,5 milliard d'euros pour la première phase de son

usine, dont la moitié sous forme de dette et un quart via des subventions publiques.

UN PROJET SOUTENU

Malgré le soutien affiché d'acteurs majeurs de la filière solaire française (parmi lesquels Technique Solaire, Teneergie, CVE ou encore Terre et Lac), la start-up n'est finalement pas parvenue à sécuriser les financements nécessaires et indispensables à la poursuite du projet. Le projet était aussi très attendu localement, notamment par les acteurs mobilisés au sein du collectif Provence Fabrique des Possibles, qui voyaient dans cette gigafactory un symbole de reconquête industrielle pour le territoire de Fos-sur-Mer.

Dans son message, Carbon pointe directement les hésitations européennes. L'entreprise estime que l'Union européenne n'a jamais créé les conditions permettant l'émergence d'une véritable industrie photovoltaïque continentale face à la concurrence asiatique, en particulier chinoise.

La société critique notamment les limites du Net Zero Industry Act (NZIA), adopté en 2024, qui vise surtout à diversifier les chaînes d'approvisionnement sans instaurer de préférence européenne claire. Elle s'inquiète aussi de l'Industry Acceleration Act (IAA), présenté en mars 2026, qui élargit le périmètre du « Made in Europe » à des pays disposant d'accords de libre-échange avec l'Union européenne, comme la Turquie, le Vietnam ou l'Inde. Un constat partagé par l'UPE 13 et le GMIF (Groupement maritime et industriel de Fos et sa région), pour qui cet abandon constitue « un signal d'alerte sur le déca-

lage persistant entre les ambitions européennes de souveraineté industrielle et leur traduction concrète dans les faits. La réindustrialisation ne peut pas reposer uniquement sur des intentions : elle exige des décisions rapides, cohérentes et protectrices, faute de quoi ce sont les entreprises, les emplois et la souveraineté économique qui en paient le prix. »

« DÉMONSTRER QUE L'IMPOSSIBLE EST POSSIBLE »

Ces difficultés, le fondateur de Carbon, Pierre-Emmanuel Martin, les confiait déjà il y a deux mois lors des annonces gouvernementales autour de la programmation pluriannuelle de l'énergie (PPE3). « Certes, les ambitions en termes de volumes sont assez faibles en France et bien moindres par exemple qu'en Allemagne, mais notre gouvernement a la volonté de réindustrialiser », déclarait-il alors, tout en rappelant que le véritable marché visé était l'Europe.

Avec Holosolis, autre projet français de gigafactory photovoltaïque (en Moselle), Carbon comptait en effet sur la montée en puissance du marché européen. Mais déjà, Pierre-Emmanuel Martin alertait sur la dépendance aux arbitrages bruxellois : « Nous sommes tributaires de l'adoption des réglementations européennes », insistait-il tout en dénonçant une forme de résignation de l'UE face à la domination asiatique. « C'est un sentiment assez fort, selon lequel il ne servirait à rien de se battre contre les forces de production chinoise. Mais je crois que c'est justement notre rôle de démontrer que l'impossible est possible ».

Deux mois plus tard, Carbon estime qu'aucune visibilité suffisante n'existe aujourd'hui sur la mise en place d'un marché européen réellement protecteur. « Ni sur le calendrier, ni sur le périmètre, ni sur les règles », écrit l'entreprise, qui juge impossible dans ces conditions de convaincre investisseurs et financeurs de s'engager sur un projet aussi capitalistique.

Hélène Lascols

Lors de la signature des autorisations et du permis de construire pour le projet Carbon à Fos-sur-Mer (Bouches-du-Rhône).



© CARBON



— **Mathieu Garotta**, président de la [Fondation Université Côte d'Azur](#)

« Avec Le Cercle, Université Côte d'Azur et entreprises vont agir ensemble »

Avec Le Cercle, la Fondation Université Côte d'Azur compte sur la force du collectif. En rapprochant chercheurs, dirigeants, décideurs, mécènes et alumni, elle vise un seul objectif : agir concrètement pour créer de la valeur sur le territoire azuréen. Les précisions de Mathieu Garotta, le président de la Fondation.

La Fondation Université Côte d'Azur a lancé « Le Cercle », de quoi s'agit-il ?

Le Cercle a vocation à rassembler chercheurs et professeurs d'Université Côte d'Azur (UniCA), qui travaillent sur différents domaines, les entreprises qui gravitent dans ces domaines et les collectivités impliquées sur ces sujets. C'est assez simple mais ce n'est pas si naturel pour les universités en France de se rapprocher des entreprises. Or, il est clair que ces deux mondes sont faits pour se parler. Ce n'est pas un club de

plus, pas un club mondain ni un think-tank. On y connecte, on y transmet, on y structure, on passe à l'action sur des thématiques portées par UniCA comme la gestion de l'eau, les arômes et parfums et la cosmétique, le spatial...

Quelles actions allez-vous mettre en place ?

10 pistes d'action ont été identifiées. La première peut paraître anodine : « Mieux se connaître pour mieux travailler ensemble ». Parmi les intentions, on retrouve notamment : organiser des

demi-journées d'échanges par filière qui permettent aux entreprises et laboratoires de présenter leurs travaux et leurs besoins ; instaurer un interlocuteur unique d'UniCA capable d'orienter les dirigeants vers les bons laboratoires ; associer à chaque module d'enseignement un volet concret en entreprise... Parmi les autres points, il est aussi question de « mutualiser les moyens pour accélérer l'innovation » ou encore d'encourager l'alternance et renforcer les passerelles formation-emploi ». L'ensemble des intentions d'actions, vraiment concrètes, vont être la feuille de route du Cercle pour les prochaines années afin d'arriver à de la création de valeur.

Lors de la première « Rencontre du Cercle », à Paris, vous avez annoncé trois initiatives...

Nous allons créer le Club Alumni 100, pour réunir les 100 diplômés les plus « impactants » (sur un réseau de 300 000 diplômés, NDLR). Ils vont représenter Université Côte d'Azur et seront là pour transmettre, soutenir et accompagner les étudiants. Avec les chercheurs d'UniCA, nous allons également rédiger des Notes d'Impact. La première porte sur le financement des infrastructures nécessaires aux grandes transitions : électrification, datacenters, deeptech... toutes les technologies qui permettent d'amener vers la croissance et le développement tout en décarbonant. Pour cela, il y a un besoin d'investissement. Enfin, nous lançons avec EY Ventury, un fonds d'investissement pour accompagner les start-up issues de la recherche d'UniCA. Il s'agit de s'assurer que ces start-up, ou projets de recherche, augmentent leur chance de finir en entreprises saines et pérennes, en tentant de les conserver sur le territoire.

Plus que de financement, il est aussi question d'accompagnement ?

Oui, sur trois niveaux : la détection et l'identification des pépites et projets de recherche qui peuvent se transformer en entreprises, l'accompagnement et le premier amorçage avec la création de la société, les statuts, l'accompagnement juridique, du mentorat des entrepreneurs, et évidemment, le fonds d'investissement qui interviendra sur le lancement du projet. L'objectif est qu'à janvier 2027, ce fonds soit monté et puisse prendre ses premières participations.

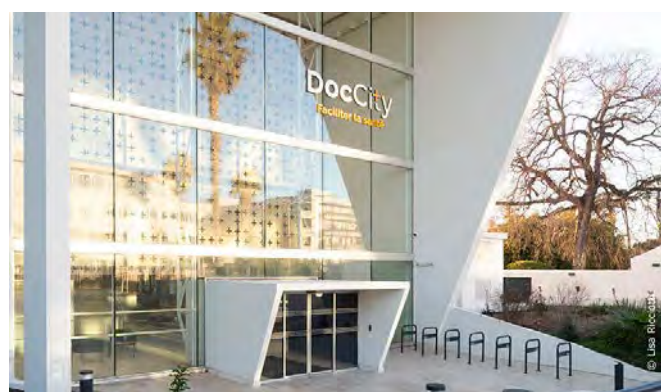
Propos recueillis par Olivia Oreggia



RÉGION SUD **ATTRACTIVITÉ**

RisingSud : 435 entreprises accompagnées en 2025

L'agence d'attractivité et de développement économique de la Région Sud RisingSud a fait le bilan de l'année passée : 435 entreprises régionales ont été accompagnées par l'agence, que ce soit pour la recherche de financement ou de foncier, pour se développer ou conquérir de nouveaux marchés. « Le contexte n'a pas été simple mais notre territoire a démontré qu'il continuait à aller de l'avant sur le plan économique, tant en production qu'en investissement », résume Bernard Kleynhoff, son président. L'attractivité est internationale (voir l'enquête), mais aussi nationale : la région Sud enregistre 303 premières implantations issues d'autres régions françaises en 2025, créant près de 3 000 emplois directs et 4 000 emplois indirects. Parmi ces projets, 130 viennent d'Île-de-France, 53 d'Auvergne-Rhône-Alpes et 29 d'Occitanie.



MARSEILLE **IMMOBILIER**

DocCity inaugure un nouvel établissement à Marseille

DocCity, qui opère des établissements à Narbonne, Fréjus, Suresnes et Toulon, et a investi plus de 100 millions d'euros depuis sa création, a inauguré un site de 8 000 m² à Marseille. Ce bâtiment (32 M€ investis) abrite un pôle médical pluridisciplinaire et un « biopôle » dédié aux sciences de la vie, avec 4 entreprises biotech : InVimmune, Progelif, Vect-Horus et Silon Therapeutics. Il est situé près de l'Institut Paoli-Calmettes, de l'INSERM, du CNRS, du CRCM (Centre de recherche en cancérologie de Marseille) et de l'Hôpital Sainte-Marguerite.

FOS **ENERGIE**

Provence Fabrique des Possibles salue l'engagement de l'État sur la ligne très haute tension

Le collectif Provence Fabrique des Possibles, qui fédère plus de 120 dirigeants industriels, entreprises et organisations économiques souhaitant faire du territoire de Fos-Berre un modèle de transformation industrielle décarbonée, se félicite des annonces faites par le Président de la République concernant le projet de ligne aérienne très haute tension 400 000 volts Jonquières-Fos. Emmanuel Macron a rappelé son caractère « nécessaire » et a assuré « tout mettre en œuvre pour qu'[elle] soit mise en service d'ici 2029 ».

RÉGION SUD **INNOVATION**

Alpes 2030 : le comité sélectionnant les entreprises bénéficiaires du fonds innovation est installé

La Solideo Alpes 2030, société de livraison des ouvrages olympiques, a réuni pour la première fois les membres de son Comité d'innovation. Il a pour mission d'évaluer les projets sollicitant le fonds d'innovation, qui représente 3% des financements publics consacrés à l'ensemble des ouvrages du programme. Parmi les critères pris en compte figurent leur caractère innovant, leur impact, leur potentiel de répliquabilité et leur modèle économique. Les projets retenus seront ensuite validés par le conseil d'administration de la Solideo Alpes 2030.

BOUCHES-DU-RHÔNE **INDUSTRIE**

Le collectif Piicto adhère au World Economic Forum

Pionnier de l'écologie industrielle et territoriale sur le bassin industriel Fos-Berre et coordinateur du Programme Syrius (lauréat de l'appel à projets Zones industrielles bas carbone), le collectif Piicto officialise son adhésion au World Economic Forum (WEF), organisation internationale indépendante à but non lucratif favorisant la coopération public-privé pour comprendre les défis globaux. « En collaborant avec les autres zones industrielles bas carbone au niveau national, et les clusters membres du WEF, Piicto aborde des problématiques communes à l'échelle européenne, indique l'entreprise. Cette synergie renforce son influence auprès des instances de l'Union Européenne et offre à la zone industrialo-portuaire de Fos, une visibilité internationale accrue. » Piicto rassemble une soixantaine de membres privés et publics, environ 50 industriels, des collectivités et des partenaires régionaux, représentant 25 000 emplois directs et 140 000 emplois indirects et induits.

L'enquête



Investissements étrangers : un triomphe et des inquiétudes

➤ La France a séduit 71 nouveaux projets portés par des groupes étrangers pour 93 milliards d'euros lors du sommet Choose France, un record. Paradoxalement, l'attractivité de France et de l'Europe recule et les investisseurs s'inquiètent des risques d'instabilité politique et économique.



Emmanuel Macron et Masayoshi Son, PDG de SoftBank, qui annonce 45 milliards d'euros d'investissement dans les Hauts-de-France.

Une pluie de milliards juste avant l'été. Ce fut le sommet de la démesure, le dernier de l'ère Macron. La neuvième édition du sommet Choose France a eue lieu le 1^{er} juin au château de Versailles. Créé en 2018, cet événement économico-médiatique vante l'attractivité de la France, en égrenant les projets d'investissements étrangers attendus sur le territoire. Cette année, un nombre record de 71 nouveaux projets pour un montant de 93 milliards d'euros ont été annoncés par l'Elysée. Soit plus que le total cumulé des investissements dévoilés en 9 ans (87 Md€).

Vedettes incontestées de ce « show business », les projets liés à l'intelligence artificielle. À commencer par celui du fonds japonais SoftBank : 75 milliards d'euros potentiels dont 45 milliards confirmés dès à présent dans les Hauts-de-France, région qui concentre, à elle seule, 83 des 93 milliards d'euros de projets. Le fonds japonais prévoit de créer d'ici à 2031, trois centres de données dédiés à l'IA, avec une capacité totale de 3,1 GW, sur Dunkerque, Valenciennes et Amiens. Dans toutes les régions de France des groupes étrangers ont ainsi multiplié les annonces : Scania à Angers, Marcegaglia à Fos-sur-Mer, USA Rare Earth dans les Pyrénées-Atlantiques, Ferrero dans le Nord et en Normandie...

LA FRANCE, CHAMPIONNE DE L'ATTRACTIVITÉ

Pour séduire les investisseurs internationaux, Emmanuel Macron n'a pas hésité à mouiller la chemise avec ses sommets versaillais. Et son bilan est, sur ce point, excellent. Pour la septième année d'affilée, la France demeure la première destination en Europe pour les investissements directs étrangers. En 2025, 852 projets d'implantation ou d'agrandissement portés par des entreprises à capitaux étrangers ont été recensés dans l'Hexagone par le Baromètre EY de l'Attractivité de la France, publié le 21 mai dernier. Le Royaume-Uni conserve sa deuxième place (730 projets) devant l'Allemagne (548). Ces investissements internationaux devraient créer 28 000 emplois en France. Soit un petit peu moins qu'au Royaume-Uni (28 900). Mais bien plus que chez les poursuivants, la Turquie (24 000) et la Hongrie (14 000). Si certains secteurs marquent le pas, comme l'automobile, l'électronique ou la métallurgie, la France brille dans plusieurs domaines. « Énergies, Défense, IA... : on coche à peu

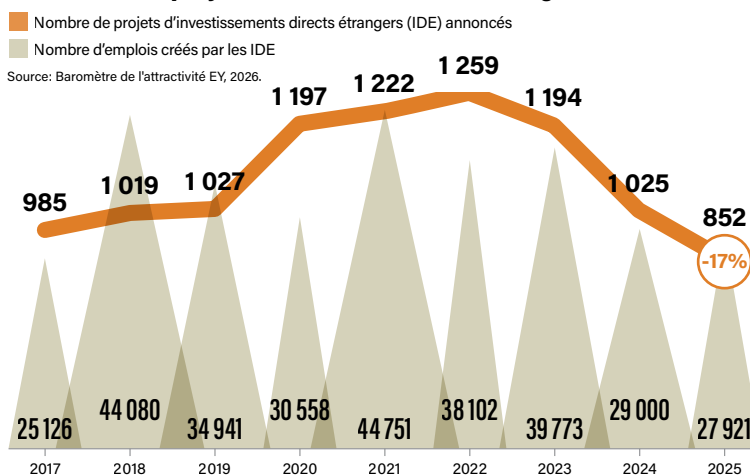
près toutes les cases », commente Marc Lhermitte, associé EY.

LES INVESTISSEMENTS EN RETRAIT DE 17 %

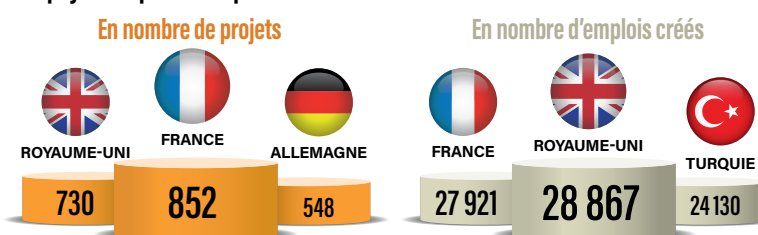
L'enquête de l'entreprise de conseil montre toutefois des signes d'inquiétudes. Le nombre de projets d'investissements étrangers est en forte baisse en France, de 17 % sur un an. Le recul est même plus marqué dans l'Hexagone qu'au Royaume-Uni (-14 %), qu'en Allemagne (-10 %) ou qu'en moyenne en Europe (-7 %). Les investissements étrangers n'ont jamais été aussi bas en Europe depuis 10 ans, avec une chute de 24 % des projets par rapport au pic de 2017. Entre l'inflation, l'explosion des coûts énergétiques et la faible croissance, le Vieux continent souffre depuis le déclenchement de la guerre en Ukraine en 2022.

Faut-il y voir un décrochage de l'attractivité européenne à l'échelle planétaire ? Pour Marc Lhermitte, le recul des investissements internationaux n'est pas

Évolution des projets d'investissements étrangers en France



Les pays européens les plus attractifs en 2025



propre au continent. « La contraction est mondiale, assure-t-il. En 2025, selon la Conférence des Nations unies sur le commerce et le développement, les projets greenfields (qui correspondent aux implantations d'entreprises étrangères et excluent les agrandissements de sites, NDLR) ont baissé de 16 % au niveau mondial et de 13 % aux États-Unis ». En Europe, la baisse des implantations d'entreprises est encore plus marquée : les projets greenfields chutent de 29 %.

La politique américaine explique en partie ce recul des investissements internationaux. « Le plan Biden, puis la stratégie de l'administration Trump, avec son angle douanier et ses incitations fiscales, ont maintenu sur le sol américain énormément d'investissements », explique Marc Lhermitte. Un certain nombre d'entreprises du pays de l'Oncle Sam se détournent donc du reste du monde. Conséquence : « Le volume des investissements internationaux des entreprises américaines en Europe a été divisé par deux en cinq ans », poursuit l'associé d'EY. La France voit ainsi s'éloigner une partie des capitaux de son premier investisseur étranger : 19 % des projets hexagonaux sont américains en 2025, en baisse de 14 % sur un an. L'Hexagone doit aussi composer avec les difficultés de l'économie allemande, son deuxième apporteur de capitaux, dont les projets sont en retrait de 26 % en 2025.

BAISSE DES INTENTIONS D'INVESTISSEMENT EN 2026

Si l'année 2025 montre des signes de fragilité, l'avenir est aussi source de préoccupation. Malgré le show de Versailles, seuls 57 % des 200 dirigeants internationaux interrogés par EY prévoient des projets d'investissement en France en 2026. Ils étaient 62 % dans ce cas en 2025 et 73 % en 2024. Cette chute de 16 points en deux ans reflète une méfiance croissante, les investisseurs anticipant des risques accrus liés à l'instabilité politique et économique. « Il y a clairement un effet nouvelle donne économique, politique et financière liée à l'approche des échéances électorales de 2027 et au contexte européen », assure Marc Lhermitte.

L'enjeu économique est tout sauf anecdotique. Une étude de l'Insee publiée en novembre 2025 recense 19 100 entreprises sous contrôle étranger sur le terri-

toire. Elles représentent seulement 1 % des entreprises en France. Mais 13 % des effectifs (2,3 millions de salariés), 16 % des investissements corporels réalisés en France et 17 % de la valeur ajoutée produite dans l'Hexagone.

AGIR AU NIVEAU EUROPÉEN

Les trois meilleurs atouts de la France aux yeux des investisseurs ? La taille de son marché, sa capacité d'innovation et la qualité de ses infrastructures, selon EY. Les investisseurs internationaux pointent en revanche du doigt le contexte macroéconomique

ATTRACTIVITÉ

Investissements étrangers : la région Sud résiste au ralentissement national

Malgré un recul des investissements étrangers en 2025, la région Provence-Alpes-Côte d'Azur limite la casse et figure parmi les territoires les plus résilients de France, selon le baromètre EY. Portée par l'industrie, l'intelligence artificielle et les data centers, elle voit même les créations d'emplois progresser de 10 %.

Le groupe américain Kyndryl dans l'intelligence artificielle, l'italien Marcegaglia dans l'acier bas carbone ou encore le monégasque Reborn et son projet de construire le plus grand site de reconditionnement d'Europe à Carros dans les Alpes-Maritimes. Ce sont trois des 64 projets d'investissements étrangers annoncés en 2025 pour la région Provence-Alpes-Côte d'Azur, selon le baromètre EY de l'Attractivité de la France 2026.

Si le nombre de projets accuse une baisse de -11 % en région, la baisse est moindre qu'à l'échelle de la France (-17 % avec 852 opérations). Surtout, la région Paca compte parmi celles qui s'en

sortent le mieux, avec sa voisine, Auvergne-Rhône-Alpes. Par ailleurs, les projets ont généré davantage de créations d'emplois : 2 200 en 2025, contre 1 990 en 2024, soit une augmentation de 10 %. Les États-Unis confortent leur première place de premier investisseur en nombre de projets (14 en 2025) et d'emplois (502), suivis par l'Italie.

« À l'image du niveau national, on note une baisse des volumes d'investissements étrangers et d'emplois dans la recherche et développement, mais cela est compensé par l'accueil de nombreux projets de centres de services et technologiques, notamment dans l'intelligence



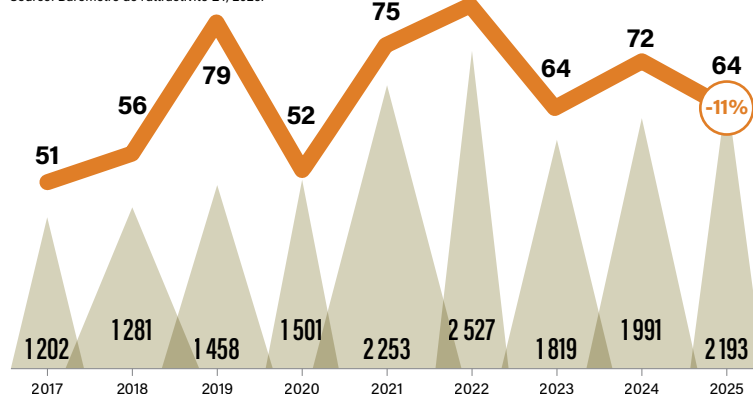
« Le volume des investissements internationaux des entreprises américaines en Europe a été divisé par deux en cinq ans »

Marc Lhermitte, associé EY

Évolution des projets d'investissements étrangers en Région Sud

■ Nombre de projets d'investissements directs étrangers (IDE) annoncés
■ Nombre d'emplois créés par les IDE

Source : Baromètre de l'attractivité EY, 2026.





hexagonal, le manque de stabilité politique ainsi que la faible compétitivité fiscale.

« Nous n'avons fait que la moitié du travail en matière de compétitivité en France. Il faut maintenir le prix de la France dans des niveaux acceptables pour les investisseurs. Si je schématise, on reste globalement 20 % plus cher que la moyenne européenne », assure Marc Lhermitte. Cela suppose une attention particulière en matière de coût du travail, de coût de l'énergie et de fiscalité. Cela suppose encore de stabiliser un cadre réglementaire perçu comme instable par les investisseurs internationaux.

Pour l'associé d'EY, l'attractivité de la France ne doit pas se limiter au cadre hexagonal. « L'Europe est le seul moyen d'être à l'échelle. Il nous faut être plus actifs et agissant en Europe pour construire des stratégies et soutenir des processus de simplification », assure Marc Lhermitte. Car la France a beau être championne d'Europe des investissements étrangers, ce titre est fragile : face à la concurrence agressive des autres pays et à l'approche des échéances électorales de 2027, l'attractivité n'est pas un acquis. C'est une dynamique qu'il faut défendre sans relâche.

Stéphane Vandangeon

artificielle. Par ailleurs, la région a fait preuve de résilience dans l'industrie et a bénéficié de la dynamique nationale autour des data centers, en captant plusieurs de ces investissements », résume Camille de Guillebon, associé et directeur des activités EY pour la région Sud-Est.

(+ 28 % d'évolution en 2025 par rapport à la moyenne 2022-2024) et d'emplois (+ 89 % d'évolution en 2025 par rapport à la moyenne 2022-2024).

« Cette attractivité s'explique, selon Clément Visbecq, par le terreau

d'emploi, la qualité des infrastructures, la connectivité et sans doute aussi un effort de prospection important et ciblé sur des filières d'excellence mené par l'agence d'attractivité RisingSud. »

Hélène Lascols

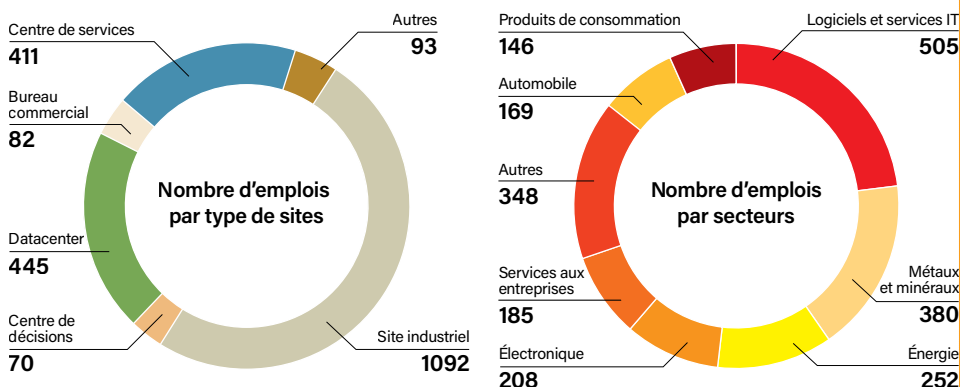
DES PROJETS POURVOYEURS D'EMPLOIS INDUSTRIELS

Dans l'industrie, les projets sont en hausse et concentrent à eux seuls la moitié des emplois créés par les investissements étrangers en Paca. Quelques projets concernent la Défense, comme celui de la filiale du groupe britannique Babcock International spécialisé dans le soutien aux forces de défense, qui déploie le programme Mentor 2 à Salon-de-Provence pour assurer le soutien à la formation des pilotes de l'armée de l'air française.

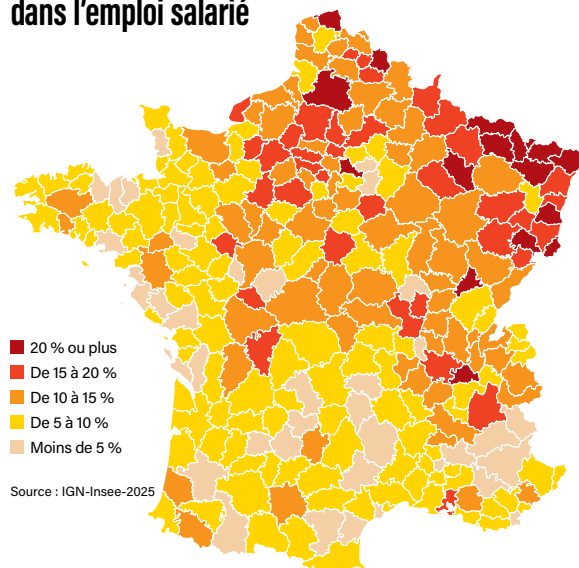
Il y a aussi des investissements dans les énergies (Hy2Gen par exemple) et la parfumerie à Grasse : l'entreprise Cosmo International Fragrances y investit 12 millions d'euros dans la construction d'une nouvelle usine dédiée aux ingrédients naturels quand le groupe suisse Givaudan a annoncé un investissement de plus de 60 millions d'euros pour lancer les travaux de construction du Campus 52. Dans la compétition nationale, « la dynamique régionale se démarque donc, en faisant preuve de résilience », note Clément Visbecq, consultant senior, ayant participé à la rédaction du rapport. Provence-Alpes-Côte d'Azur figure ainsi à la 5^e place des régions les plus attractives, en nombre de projets, comme d'emplois. Surtout, elle affiche des variations bien moins importantes que dans les autres régions et se distingue même comme la seule en France à afficher une dynamique de croissance en termes de projets

Répartition des projets par secteurs dans la Région Sud en 2025

Sur un total de 64 projets et de 2 193 emplois



Poids des multinationales étrangères dans l'emploi salarié



Top 3 des investisseurs dans la région



Les régions les plus attractives

	Nombre de projets	Nombre d'emplois
Île-de-France	233	5492
Auvergne - Rhône-Alpes	137	5332
Grand Est	88	2505
Hauts-de-France	80	3988
Région Sud	64	2193
Occitanie	53	1832
Nouvelle-Aquitaine	45	783
Pays de la Loire	40	1338
Normandie	33	1372
Bourgogne - Franche Comté	33	737
Centre - Val de Loire	23	2038
Bretagne	19	196

Choose France : près d'un milliard d'euros d'investissements en Paca

Portée par ses filières industrielles, numériques et de défense, la région Sud figure parmi les principales bénéficiaires du sommet Choose France 2026. Sept projets d'investissements internationaux y ont été annoncés pour un montant proche du milliard d'euros.

Parmi les 71 nouveaux projets d'investissement internationaux annoncés à l'occasion du 9^e sommet Choose France, 7 projets ont élu domicile en région Paca. Ils totalisent près d'un milliard d'euros d'investissements et placent la Région Sud à la 4^e place des régions les plus attractives. Ils concernent les secteurs clés de la décarbonation, du numérique et de la Défense et confirment une dynamique positive, après une année record en 2025.

DES PROJETS POUR UNE INDUSTRIE DÉCARBONÉE

Après un premier engagement de 600 millions d'euros en 2024, le groupe italien Marcegaglia annonce un nouvel investissement du même montant sur son site de Fos-sur-Mer. Le projet, baptisé Mistral, doit donner naissance à la première aciérie en France depuis plus de 50 ans et au premier grand laminoir depuis cette période. Cette usine de nouvelle génération sera alimentée par une énergie décarbonée et gérée par des solutions d'intelligence artificielle.

Toujours à Fos-sur-Mer, l'américain Ecolab, spécialiste des solutions industrielles liées à l'eau, l'énergie et la performance environnementale, prévoit d'investir 100 millions d'euros dans le projet de GravitHy, producteur de fer bas carbone. Ce site industriel produira 2 millions de tonnes de fer vert par an, avec une mise en service prévue en 2030.

DES INVESTISSEMENTS DE DÉFENSE ET DE SÉCURITÉ

La région Sud, terre de Défense et de sécurité, a attiré le leader mondial des services maritimes, l'espagnol Boluda. Ce dernier prévoit d'investir plus de 250 millions d'euros sur trois à cinq ans pour moderniser et renforcer les capacités de remorquage dans les ports stratégiques français. Quant à l'australien Electro Optic Systems (EOS), il a prévu d'investir 10 millions d'euros à Nice pour y créer son hub européen dédié à



Antonio Marcegaglia (2^e à droite) était venu à Fos-sur-Mer en mars 2025 pour la présentation du projet Mistral en aux côtés de Marc Ferracci, alors ministre de l'Industrie, et de Jacques-Yves Floch, directeur de l'usine.

ses systèmes de lutte anti-drones, avec à la clé la création de 150 emplois en trois ans.

LE NUMÉRIQUE ET LES SCIENCES DE LA VIE

Une troisième filière jugée stratégique attire trois projets, confirmant « notre excellence technologique », selon les mots du conseil régional. Le groupe Workday (États-Unis), spécialiste des logiciels dédiés aux métiers des ressources humaines, des finances et de la paie, s'est donné trois ans pour renforcer sa présence en France, à Paris, Lyon et Marseille, et investira plus de 200 millions d'euros.

Après avoir investi 200 millions d'euros dans son siège aubagnais, le groupe biopharmaceutique allemand Sartorius annonce, lui, plus de 50 millions d'euros sur ses différents sites. À Aubagne, ce programme prévoit la modernisation des capacités de production, le développement d'un centre logistique automatisé et des investissements en R & D. Enfin, c'est un autre groupe allemand, Symrise, fournisseur de parfums, arômes, ingrédients alimentaires, nutritionnels et cosmétiques, qui a annoncé investir 10 millions d'euros entre l'Île-de-France et Grasse, où il prévoit une extension de ses bureaux et laboratoires.

Hélène Lascols

« La Région Sud confirme en 2026 la cohérence de sa stratégie d'attractivité économique. »

François de Canson, vice-président de la Région Sud



Fos-sur-Mer INDUSTRIE

Marcegaglia accélère sur son projet Mistral

A Fos-sur-Mer, l'italien Marcegaglia accélère son projet d'aciérie décarbonée Mistral. Le groupe, qui a repris l'ex-Ascometal en 2024, a attribué à son compatriote Danieli un contrat de près de 450 millions d'euros pour la fourniture des équipements sidérurgiques de cette future unité industrielle. Représentant un investissement total d'un milliard d'euros, le projet doit permettre la production annuelle de plus de 2 millions de tonnes d'acier liquide et de 3 millions de tonnes de bobines laminées à chaud en acier carbone et inoxydable. La décision finale d'investissement est attendue d'ici fin 2026, sous réserve de l'obtention des autorisations nécessaires.

SYNERGIES INDUSTRIELLES

Cette annonce est intervenue en avril 2026, deux mois après la formalisation d'un rapprochement avec GravitHy et Elyse Energy autour du développement de la zone industrialo-portuaire de Fos-sur-Mer. Les trois entreprises ont signé un protocole d'accord afin

d'étudier et de structurer des synergies industrielles entre leurs projets respectifs : une usine de production de fer bas carbone pour GravitHy, la production de molécules bas carbone via le projet NeoCarb pour Elyse Energy, et l'aciérie décarbonée Mistral pour Marcegaglia.

Les partenaires souhaitent notamment mutualiser certaines infrastructures logistiques, développer des solutions d'économie circulaire et de valorisation des flux industriels, partager des services de plateforme et coordonner leurs démarches réglementaires et environnementales. Ensemble, ils entendent contribuer à la décarbonation de l'industrie lourde ainsi qu'au renforcement de la souveraineté industrielle et énergétique française et européenne.



GravitHy, Elyse Energy et Marcegaglia ont annoncé en février 2026 un accord stratégique pour développer des synergies industrielles à Fos-sur-Mer.

Hélène Lascols

Vous êtes abonnés au JdE, savez-vous que sur notre site...

LA BARRE DE NAVIGATION



JdE Voir les éditions locales

Thématiques économiques

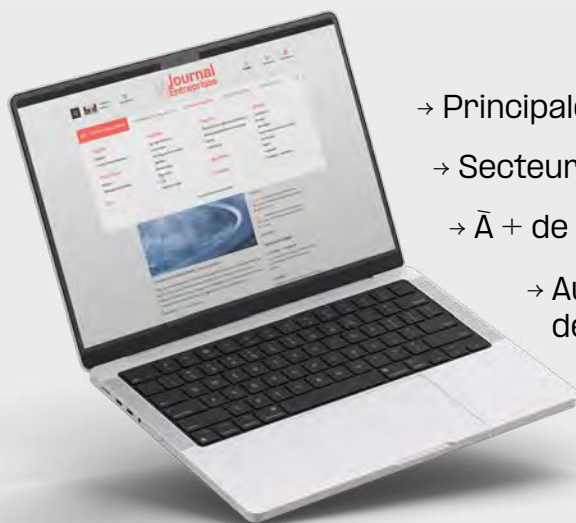
Secteurs d'activité

Fiches entreprises

Nominations

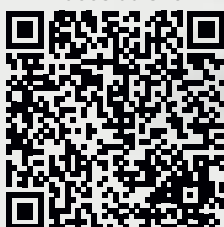


vous donne un accès simple et direct aux :



- Principales thématiques économiques,
- Secteurs d'activité,
- + de 14 000 fiches entreprises,
- Aux dernières nominations de votre région

j'accède aux tutoriels vidéos du site



Le site Internet est un véritable outil personnalisable qui vous aide au quotidien dans votre veille business, développement commercial, scan de l'actualité des acteurs économiques de votre région !

Envie d'une visite guidée de notre site en vidéo ?





© HÉLÈNE LASCOLS

— Ingrid Rodriguez, directrice générale d'Infiniglass

«Nous investissons au quotidien dans la prévention santé pour protéger nos salariés»

Dans les ateliers d'Infiniglass, les salariés manipulent chaque jour des plaques de verre pouvant peser jusqu'à 150 kg. Après un accident du travail survenu dans l'entreprise, la PME varoise a engagé, avec le concours de la médecine du travail, une démarche progressive de prévention : réorganisation des flux, investissements dans les machines et réflexion autour des exosquelettes.



C'est à l'occasion du retour en poste de l'un de ses salariés après un accident du travail qu'Ingrid Rodriguez, directrice générale de la PME varoise Infiniglass (18 salariés, CA : 3 M€) a placé la prévention santé au cœur de son entreprise. Une stratégie qu'elle continue de mener au quotidien, consciente que « cela permet d'avoir des collaborateurs en bonne santé tout en améliorant la performance. »

UN ACCOMPAGNEMENT DE TOUS LES JOURS

Dans cette miroiterie familiale, les salariés manipulent au quotidien d'immenses plateaux en verre. « Nous les coupons, façonnons et décorons pour nos clients, qui sont à 90 % des professionnels : des gérants dans l'hôtellerie-restauration, des cuisiniers, des architectes ou des menuisiers », explique Anthony, chef d'atelier. Les équipes sont exposées à des contraintes physiques permanentes : maintenance de charges lourdes, bruit des machines, postures répétitives ou encore poussières liées au sablage du verre. Afin d'objectiver ces risques, Odalia, le service de prévention et de santé au travail du Var, a mené plusieurs analyses sur le site : mesures du bruit, niveaux d'éclairage, organisation des flux de production ou encore étude du risque chimique autour de la présence potentielle de silice lors des opérations de sablage.

Depuis 2022, une première visite avec un médecin du travail a ainsi été réalisée au sein de l'entreprise, puis le plan de prévention, qui évolue avec les métiers et les équipements, a été mis à jour avec le concours de Virginie Weiss d'Odalia. Fondée en 1897 et dirigée par la quatrième génération familiale, cette miroiterie implantée à Six-Fours-les-Plages et à Cannes a alors engagé une réflexion plus large sur ses pratiques. « La prévention santé sur le lieu de travail est un investissement de tous les jours. Elle repose sur des choses peu coûteuses, comme la mise en pratique de conseils, le déplacement de certains appareils ou l'amélioration des circuits internes pour limiter certaines manipulations qui étaient quotidiennes. Elle passe aussi par des investissements dans des machines qui réduisent la pénibilité et améliorent le confort au travail », ajoute Ingrid Rodriguez, guidée par une feuille de route d'amélioration continue.

UNE ATTENTION DE CHAQUE INSTANT

Pour faciliter le travail et prévenir les risques, l'entreprise a par exemple investi 180 000 euros en

2024 dans une table de coupe du verre feuilleté, qui permet de limiter les manipulations. « Le plateau avance tout seul, se positionne et, une fois coupé, il se retourne automatiquement », décrit Anthony. Un système d'air comprimé permet également de déplacer les plaques presque sans effort, alors qu'elles peuvent peser jusqu'à 150 kg. « L'aide de la machine nous permet de durer plus longtemps », résume le chef d'atelier.

Ce qui occupe désormais Ingrid Rodriguez, c'est la réalisation d'une étude sur la possibilité d'intégrer un exosquelette pour assister le dos, les mains et parfois la nuque. « Trois modèles ont été identifiés avec le concours de Julie Réal, ergonome chez Odalia. Elle est déjà intervenue lors de l'automatisation des classeurs (système de rangement, NDLR) au sein du stock, puis a repéré des axes de prévention collective, comme l'adoption d'un exosquelette », raconte l'entrepreneuse. Une pré-étude a ainsi été engagée avec un horizon fixé à 2027. Dans un secteur accidentogène comme celui de la miroiterie, qui suppose une vigilance de

chaque instant, « nous essayons de trouver le juste équilibre entre la tenue de Robocop et une tenue protectrice et agréable à porter toute la journée », explique Julie Réal. « Avec le temps, les habitudes s'installent et la vigilance peut diminuer », estime l'ergonome. D'où l'importance, selon elle, de questionner régulièrement les pratiques et d'adapter les solutions aux réalités de chaque entreprise. « On ne peut pas demander à un dirigeant de tout changer d'un coup et il est donc primordial

d'adapter notre accompagnement aux marges de manœuvre de chaque entreprise », poursuit-elle.

UN RETOUR SUR INVESTISSEMENT TRIPLÉ

Cette prévention rapporte également sur le plan économique. Selon Odalia, un euro investi dans la prévention santé génère trois euros de retour sur investissement, notamment grâce à la diminution des accidents et des maladies professionnelles. « Les retombées sont majeures en interne, comme pour la société en général », ajoute Virginie Weiss. Chez Infiniglass, cette démarche est aussi pensée comme un moyen de préserver les équipes et de stabiliser l'organisation du travail.

Prochaine étape pour la miroiterie : transposer les mesures et investissements réalisés dans l'atelier de Six-Fours-les-Plages vers celui de Cannes, où la PME emploie huit personnes. « Nous voulons aussi automatiser notre deuxième classeur et surtout identifier le collaborateur adéquat pour endosser le rôle de bêta testeur de l'exosquelette. Ces projets prennent du temps et, à chaque étape, il faut se demander si l'on arrête ou si l'on continue », conclut Ingrid Rodriguez.

Hélène Lascols

— **Laurent Leclerc**, cofondateur de **Smappen**

« Nous menons les entretiens annuels de manière collective »

La start-up toulousaine Smappen (24 collaborateurs), experte en géomarketing, notamment au profit des commerces et réseaux de franchise, mène une politique RH atypique. Elle vient aussi de franchir les 3 millions d'euros de revenus récurrents annuels (ARR) et ouvre une filiale au Canada.

Chez Smappen, l'entretien annuel d'évaluation se déroule en présence de plusieurs collaborateurs. Quel est le dispositif ?

Une fois par an, à la date anniversaire d'entrée du collaborateur dans l'entreprise, nous menons un bilan annuel. Ce bilan ne se fait pas avec son responsable mais en présence de trois personnes : l'un des deux cofondateurs de Smappen, Dan Faudemer ou moi-même, le responsable, que l'on appelle lead, du métier du collaborateur concerné, et un autre salarié qui n'évolue pas forcément dans la même équipe. Quand le lead passe son bilan annuel, nous prenons une personne de son équipe. Et quand il s'agit de l'entretien de l'un des deux cofondateurs, il y a l'autre cofondateur et deux autres collaborateurs.

Qu'attendez-vous de cette manière de procéder très atypique ?

Dans notre culture d'entreprise, la transparence est très forte. L'ensemble des informations relatives à la société est accessible à tous les salariés, y compris les données financières, les rémunérations, les notes des bilans annuels et le pacte d'actionnaires. Par ailleurs, dans nos valeurs, le sens du service et du collectif prime sur l'individuel. Nous voulions éviter l'un des biais classiques sur les bilans annuels, lorsque l'on est évalué par son supérieur, selon lequel il suffit de se faire bien voir par lui pour qu'il donne un bon avis. Or, chaque collaborateur n'agit pas pour son responsable mais il contribue pour toute l'équipe. Il doit jouer collectif et aider les autres. Et le fait d'être évalué par des personnes hors de son équipe, ça force à jouer collectif. Il n'y a pas de copinage.

Dans ce cadre-là, la liberté de parole du collaborateur évalué est-elle totale ? Ose-t-il vraiment tout dire ?

Je le pense, oui, et en tout cas je l'espère ! Ce n'est d'ailleurs pas lié à l'exercice de l'entretien annuel mais au climat de confiance que nous sommes capables de créer au sein de l'entreprise. Nous avons développé une culture du feedback et nous pouvons nous exprimer dans la bienveillance. Nous essayons de responsabiliser les collaborateurs et cela se traduit par exemple dans la prise de décision sur leurs périmètres. Ils ont même le droit de prendre une décision avec



laquelle nous, les cofondateurs, ne sommes pas d'accord. Par exemple, notre responsable relation clients voulait organiser son équipe d'une manière avec laquelle je n'étais pas d'accord. Je pensais que ce n'était pas une bonne idée. Mais elle l'a fait et cela a très bien fonctionné. J'ai dit : bravo !

Que se passe-t-il à la fin de l'entretien ?

Au cours de l'entretien, le collaborateur fait son bilan, débrieфе son année et entend les feedbacks des autres personnes présentes. Puis nous procédons à une délibération à trois, sur un seul point : la rémunération. C'est le moment où nous allons définir s'il y a



lieu d'accorder une augmentation au collaborateur. Pour ce faire, nous nous basons sur les grilles du marché. Nous avons souscrit un abonnement à un outil qui s'appelle Figures. Il s'agit d'une plateforme sur laquelle nous connectons nos outils de paie et nos informations de rémunération, en tenant compte aussi du degré d'expérience de chacun. Toutes les entreprises connectées à cette plateforme partagent, de manière anonyme, leurs informations de rémunération, ce qui permet d'avoir une vision réelle du marché. Nous consultons également la rémunération des collaborateurs de Smappen, qui évoluent sur le même métier, pour être cohérents et éviter des écarts trop importants.

Cette pratique vous donne-t-elle entière satisfaction ?

Oui même si nous observons un biais : nous avons tendance à avoir des rémunérations plutôt généreuses. Mais cela nous convient bien, parce que nous avons un certain niveau d'exigence, nous voulons travailler avec des tops performeurs, et je pense que nous avons la chance de pouvoir compter sur d'excellents collaborateurs, et dans ces conditions, nous ne considérons pas comme un problème de payer au-dessus du prix du marché. Quand cela ne se passe pas bien avec un

« Nous procédons à une délibération à trois, sur un seul point : la rémunération. C'est le moment où nous allons définir s'il y a lieu d'accorder une augmentation. »

collaborateur, nous nous séparons, cela nous est déjà arrivé. Finalement, tout le processus mis en place fait que les décisions relatives aux rémunérations sont acceptées par chacun.

La façon dont vous menez l'entretien annuel des collaborateurs constitue-t-elle un argument pour faciliter votre recrutement ?

Oui, c'est clairement un atout. Nous affichons nos valeurs mais nous ne faisons pas que les afficher : nous les traduisons en actions. Les candidats au recrutement se voient d'ailleurs eux-mêmes parfaitement informés des modalités que nous adoptons pour la proposition de salaire. Nous leur expliquons comment la décision a été prise : avec les collaborateurs du métier concerné. Par exemple, si nous voulons recruter un développeur, nos développeurs discutent au préalable entre eux de la proposition de salaire qui va être faite. Et nous communiquons au candidat le montant des salaires de toute l'équipe des développeurs. Nous pouvons difficilement être plus transparents.

Propos recueillis par Philippe Kallenbrunn

Chronique

Pactes d'associés : un bouclier stratégique pour sécuriser l'avenir d'une entreprise

Les statuts juridiques d'une société ne suffisent pas toujours à protéger les intérêts du dirigeant ou des associés. Le pacte d'associés peut prévenir les conflits, organiser la gouvernance et garantir la pérennité de la structure.

Les statuts juridiques d'une entreprise définissent les règles fondamentales de son fonctionnement et sont opposables aux tiers. Mais ces statuts, publics et parfois rigides, ne suffisent pas toujours à répondre aux besoins spécifiques des associés. C'est ici qu'intervient le pacte d'associés, un contrat privé et flexible qui vient compléter les statuts. Il permet de régler des questions sensibles comme la gouvernance, les entrées et sorties du capital, ou encore la résolution des conflits. Il complète les règles légales et les statuts avec une granularité plus précise sur leur application.

Des clauses sur mesure

Un pacte d'associés peut inclure une variété de clauses adaptées aux besoins des signataires. Parmi les plus courantes :

- Des clauses de gouvernance qui fixent les règles de prise de décision, les droits de veto ou encore la désignation des dirigeants.
- Des clauses sur la circulation du capital qui encadrent les cessions de titres, avec des mécanismes comme le droit de préemption ou les clauses de sortie conjointe et forcée.
- Des clauses de non-concurrence et de confidentialité qui protègent l'entreprise en cas de départ d'un associé, notamment lorsqu'il est salarié ou dirigeant.

Un outil stratégique

Le pacte d'associés s'adapte à différentes situations. Dans les groupes familiaux, il permet de stabiliser la gouvernance intergénérationnelle et prévient les conflits entre branches fami-



© DR

liales. Il peut être vu comme un « mode d'emploi » de l'entreprise familiale. Entre associés sans lien personnel, il instaure une confiance contractuelle en définissant les conditions de sortie dès l'entrée au capital, évitant ainsi des crises futures. Il peut être l'occasion de se poser les bonnes questions lors de sa mise en place, plus encore que les statuts. Pour les associés salariés, il encadre leur entrée et sortie du capital tout en protégeant l'entreprise grâce à des engagements de loyauté renforcés.

Anticiper les crises pour mieux les surmonter

Le pacte d'associés n'est pas une simple formalité. Il s'agit d'un véritable levier stratégique pour anticiper les aléas de la vie d'une entreprise. En mettant noir sur blanc les règles du jeu, il permet de gérer à froid les situations qui pourraient devenir explosives à chaud. Pour les dirigeants et associés de PME et ETI, investir dans un pacte d'associés, c'est investir dans la pérennité de leur entreprise. Alors que les défis économiques et humains se multiplient, cet outil offre une sécurité précieuse pour naviguer dans l'incertitude.

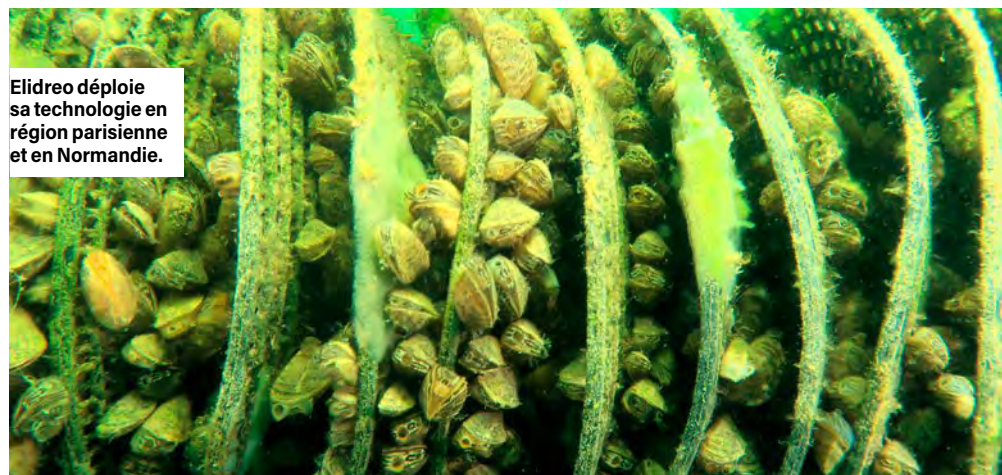
DIANE RIVÈRE, directrice juridique In Extenso PACA

BEST OF DE L'INNOVATION

L'actu de nos 9 éditions en régions

1 MARNE BIOTECH

Elidreo détecte des polluants avec des moules d'eau douce



Elidreo déploie sa technologie en région parisienne et en Normandie.

© ELIDREO

A Reims, Elidreo détecte les polluants présents dans l'eau à l'aide de dreissènes, des moules d'eau douce. Pour mener ses recherches, Audrey Catteau, cofondatrice et docteure en écotoxicologie, prélève ses propres dreissènes dans le Lac du Der, entre la Marne et la Haute-Marne. Les moules sont ensuite placées en conditions contrôlées en laboratoire afin d'éliminer de potentiels polluants. Une fois prêtes, elles sont ensuite déployées sur les sites à surveiller et exposées pendant une à trois semaines, avant d'être récupérées et analysées. « Les dreissènes sont capables de filtrer l'eau et donc de concentrer les polluants dans leurs tissus, y compris certains contaminants microbiologiques comme des indicateurs viraux et des bactéries », appuie Audrey Catteau. Elidreo est ainsi capable de quantifier la présence de près de 140 molécules chimiques : métaux lourds,

hydrocarbures, pesticides, bactéries, virus, ou encore des PCB, des molécules toxiques issues de l'industrie. L'entreprise peut également accompagner la détection de PFAS ou autres polluants éternels.

Cette technique permet de donner une vision longue de la pollution dans l'eau, en accumulant les contaminants sur toute la durée d'exposition. Incubée depuis 2024 par Innovact, Elidreo envisage de déployer sa technologie auprès d'autres acteurs publics, comme des stations d'épuration mais aussi des acteurs privés délégataires comme Veolia et Suez, des bureaux d'études et des industriels privés. « En 2027, nous nous positionnerons sur les appels d'offres des agences de l'eau », cite Audrey Catteau. Ces déploiements devraient avoir lieu dans toute la France puis à l'échelle européenne dans un second temps.

Anabelle Filoche

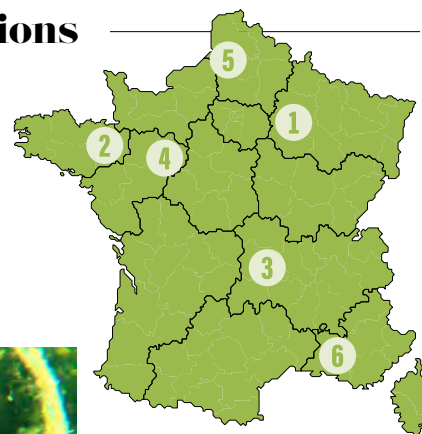
3 PUY-DE-DÔME INDUSTRIE

Capillum recycle les cheveux dans les doudounes

Après le paillage naturel, Capillum (2,1 M€; 20 salariés) s'attaque au secteur de l'habillement. La start-up clermontoise, qui a franchi 2 millions d'euros de chiffre d'affaires sur le dernier exercice, vient de lancer la première doudoune rembourrée en fibre capillaire recyclée et

en laine de mouton. Derrière ce produit, deux ans de développement. « Nous nous sommes rendu compte du pouvoir isolant des cheveux. Notre mélange garde mieux la chaleur qu'un rembourrage 100% laine, coton ou soie », détaille James Taylor, cofondateur de la start-up aux

côtés de Clément Baldellou. « Notre combat, c'est de faire en sorte que le cheveu puisse avoir une seconde vie, qu'il ne soit pas jeté et devienne une ressource », poursuit le dirigeant. Capillum vise désormais des marchés à l'étranger.



2 ILLE-ET-VILAINE ENVIRONNEMENT

Carbonway développe une solution de capture de CO₂

Claire Renoulin et Nicolas Zimmermann, cofondateurs de la start-up rennaise Carbonway, viennent de recevoir le prix de l'entreprise innovante décerné par l'association Initiative Rennes. Créée fin 2024, la jeune pousse développe des projets de minéralisation du CO₂ dans des matériaux de construction afin d'accompagner les industriels dans leur trajectoire de décarbonation. Une expérimentation en Bretagne est en cours. Elle vise à adapter au marché français une technologie finlandaise.

« Cette solution permet de stocker durablement du CO₂ dans le béton et de réduire la quantité de ciment nécessaire à performances équivalentes », informe Claire Renoulin. Carbonway est en passe de déployer ses premières unités opérationnelles.



Le Best of de l'innovation

4 SARTHE INDUSTRIE

Radiant crée un démonstrateur de production de chaleur solaire

Radiant fait construire son démonstrateur de production de chaleur solaire au Mans. Sur une parcelle de 4 000 m², une cinquantaine de miroirs refléteront l'énergie solaire vers une tour. A son sommet, le récepteur conçu par Radiant permettra d'accumuler la chaleur renvoyée pour la concentrer et la stocker. La température ainsi générée peut alors dépasser les 200 °C et peut même être stabilisée jusqu'à 1 000 °C. Au Mans, le site aura une capacité de puissance de 200 kW et pourra atteindre une puissance de 2 MW chez un industriel», indique Thomas Delhon, cofondateur de Radiant avec Alexandre Meurisse. Ce processus de production de chaleur permet de ne pas avoir recours à des terres rares et propose une source de chaleur moins dépendante des énergies fossiles, en particulier du gaz. Début 2026, l'entreprise a finalisé une levée de fonds de 2 millions d'euros. Un second tour de table devrait être réalisé dans les prochains mois, en fonction du carnet de commandes.

5 SOMME AÉROSPATIAL

Phinix Orbital Systems veut chasser les débris spatiaux

Face à l'explosion des débris en orbite, la start-up picarde Phinix Orbital Systems développe un satellite pour les capturer. Soixante-neuf ans après le lancement de Spoutnik 1, les satellites sont de plus en plus nombreux. « Mais ceux qui sont en fin de vie restent en orbite, le trafic a augmenté de manière exponentielle, et il y a aussi de plus en plus de collisions qui entraînent des dispersions de milliers de fragments », explique Esteban Martinez, PDG de la start-up née en 2024. Selon le Centre national des études spatiales, environ 34 000 objets de plus de 10 cm et 128 millions de petits débris seraient en orbite. Le nettoyage de l'espace devient donc un nouveau marché.

Avec ses six associés (non salariés), le dirigeant travaille à la conception d'un satellite chasseur de déchets. « Notre technologie repose sur une navigation basée sur la vision, grâce à des algorithmes d'intelligence artificielle qui vont permettre précisément de voir les débris, très mouvants, en temps réel, et sur un module de capture sous forme de filet », précise le dirigeant.

La start-up en est à la première étape : concevoir un prototype, avec des premiers essais sur Terre d'ici 2027, avant un test dans l'espace en 2028. « Il nous faut une fusée, c'est pour cela que nous avons eu des échanges intéressants avec Maia Space, filiale d'ArianeGroup, qui développe des lanceurs. Eux lancent la fusée, et nous, nous sommes les passagers avec notre



Alexandre Meurisse et Thomas Delhon ont perçu l'intérêt de produire de la chaleur grâce au soleil lors de leurs études en aérospatial.

satellite ». L'investissement nécessaire à la réalisation du prototype s'élève à un million d'euros, et à cinq millions d'euros pour le satellite. Le dirigeant envisage une levée de fonds, « peut-être l'année prochaine. »

Pour financer ce projet, il s'est résolu à lancer en parallèle une autre activité : un bureau d'études techniques proposant de l'ingénierie, du design et de la fabrication de pièces en impression 3D pour des industriels, notamment dans l'automobile ou le numérique. Avec ses associés, ils ont investi 20 000 euros sur fonds propres pour les machines et le matériel. L'objectif est de réaliser entre 70 000 et 80 000 euros de chiffre d'affaires cette année.

Lise Verbeke

6 BOUCHES-DU-RHÔNE SANTÉ

La plateforme d'Hairdex veut aider à lutter contre l'alopecie

Après un an d'activité, le marseillais Hairdex vient de lever un million d'euros pour développer sa plateforme Internet permettant d'accéder à un diagnostic médical, un suivi et un traitement personnalisé contre la chute de cheveux.

Nicholas de Rouille (à gauche) a fondé Hairdex à Marseille avec Louis Damas.

Concrètement, Hairdex propose un questionnaire en ligne puis oriente les intéressés vers une dizaine de généralistes titulaires d'un DU de traitement de la calvitie qui assurent des téléconsultations, peuvent proposer de réaliser une trichoscopie (un scanner du cuir chevelu) chez un pharmacien partenaire et prescrivent un traitement sur-mesure (molécules,

dosage, forme), à base de préparations magistrales. Le patient transmet l'ordonnance, via la plateforme, à l'une des trois pharmacies retenues à Marseille, Lyon et Paris, qui le lui expédie ensuite. L'interface permet également de demander le renouvellement du traitement ou d'échanger avec les différents interlocuteurs.





7 dirigeants d'entreprise sur 10 estiment évoluer dans un grand climat d'incertitude.

© THODONAL

CONJONCTURE

Les entreprises doivent s'adapter à un monde devenu incertain

Les dirigeants d'entreprise estiment être désormais confrontés à une grande imprévisibilité du monde qui les entoure et se disent incapables de se projeter à plus de six mois. C'est ce qu'affirme la dernière enquête de l'Unédic sur « Le travail en transitions » publiée début juin.

Les entreprises sont désormais contraintes de vivre dans une imprévisibilité permanente qui pèse sur leur capacité à se projeter dans l'avenir et à s'adapter. C'est le résultat majeur de la quatrième édition de l'enquête de l'Unédic sur « Le travail en transitions » publiée le 8 juin 2026. Depuis 2023 l'Unédic s'interroge chaque année sur la façon dont les entreprises et les actifs gèrent les différentes transitions auxquelles ils sont confrontés (écologique, numérique...), en interrogeant alternativement des actifs et des dirigeants d'entreprise. L'étude 2026 (réalisée par Elabe par

téléphone auprès d'un échantillon représentatif de 400 dirigeants d'entreprise d'au moins un salarié de France métropolitaine, du 26 janvier au 23 février 2026) cherche à savoir si l'imprévisibilité de l'environnement des entreprises, apparue avec la Covid, était aujourd'hui devenue la norme. Et si oui comment les dirigeants d'entreprise s'adaptaient à ce changement de paradigme ?

UNE IMPRÉVISIBILITÉ FRUIT DE L'INSTABILITÉ POLITIQUE NATIONALE

Première réponse : effectivement les entreprises, quels que soient leur taille et leur secteur d'activité, évoluent désormais

dans un grand climat d'incertitude qu'elles estiment majoritairement durable (pour près de 7 dirigeants sur 10). Dès lors un quart des dirigeants d'entreprise confie ne plus pouvoir se projeter au-delà de 6 mois. Cette imprévisibilité de l'avenir se nourrit d'abord de l'instabilité politique nationale (71 %) et de l'inflation (61 %) affirment les dirigeants interrogés, qui pointent ensuite les évolutions de leur marché (54 %), les conflits géopolitiques (46 %, mais l'étude réalisée en début d'année ne prenait pas en compte la guerre au Moyen-Orient) et les besoins en recrutement et compétences (46 %). Autres facteurs qui pèsent sur

la capacité des dirigeants à prévoir et décider aujourd'hui, les attentes des salariés sur leurs conditions de travail (35 %) et les risques de cybersécurité (29 %).

L'INDUSTRIE IMPACTÉE

Sil'inflation est perçue comme une cause majeure d'imprévisibilité par toutes les entreprises, les plus petites (moins de 50 salariés) semblent particulièrement sensibles à l'instabilité politique quand les grandes (250 salariés et plus) redoutent surtout les évolutions du marché et les changements technologiques.

De tous les secteurs d'activité, c'est l'industrie qui semble le plus marquée par l'incertitude ambiante quand les services souffrent pour leur part surtout de l'instabilité politique nationale et le commerce de l'inflation.

JOUER LA MONTRE

Pour s'adapter à cette nouvelle donne décisionnelle, les dirigeants d'entreprises confient actionner différents leviers en jouant sur l'adaptation aux risques, la maîtrise des coûts et l'adaptation de leur stratégie RH. Pour ce faire, six dirigeants sur dix avouent avoir reporté ou réduit leurs investissements au cours des douze derniers mois ; la moitié d'entre eux a modifié ses prix de vente et renégocié avec ses fournisseurs, et une très grande majorité (80 %) reconnaît avoir

« Quand la visibilité se réduit, les chefs d'entreprise doivent faire des choix forts, qu'il s'agisse d'embauches, d'investissements ou de réorganisation. »

Jean-Eudes Tesson, vice-président de l'Unédic

dû modifier sa stratégie RH en arbitrando sur la formation des collaborateurs à de nouvelles compétences (46 %), le gel des recrutements (45 %) ou des promotions internes (40 %).

Cet attentisme devrait perdurer tout au long de l'année 2026, car si la majorité des dirigeants affirme vouloir maintenir le niveau d'investissement de leur entreprise — investissement technologique (63 %), en moyens de production (62 %) ou en R & D (51 %) — ils sont nombreux en revanche (plus de 3 dirigeants sur 4) à opter pour un gel de leurs effectifs, excluant tant les recrutements que les réductions de postes.

MORAL EN BERNE

Évidemment ce climat impacte le moral des dirigeants qui se disent néanmoins déterminés (96 %), mais prudents (93 %), optimistes quand même pour les trois quarts d'entre eux (74 %) mais fatigués (62 %) et sous pression ou stressés (60 %). C'est particulièrement le cas chez les dirigeants de TPE.

Pour les chefs d'entreprise, l'instabilité politique nationale est le facteur n°1 d'incertitude économique.

Pour faire face 53 % des dirigeants interrogés veulent logiquement se concentrer sur les marchés existants pour assurer leur activité actuelle, mais 46 % envisagent d'explorer de nouveaux marchés pour développer leur activité et 54 % entendent innover et changer leurs process pour ne pas se laisser submerger. Enfin 78 % affirment vouloir communiquer régulièrement et de manière transparente auprès de leurs salariés pour partager la stratégie de l'entreprise dans ce climat d'incertitude.

ANTICIPER LES ÉVOLUTIONS DU MARCHÉ DU TRAVAIL

« Quand la visibilité se réduit, les chefs d'entreprise doivent faire des choix forts, qu'il s'agisse d'embauches, d'investissements ou de réorganisation, note Jean-Eudes Tesson, vice-président de l'Unédic. Pour anticiper les évolutions du marché de l'emploi, nous devons décrypter ces arbitrages afin d'adapter le pilotage de l'Assurance chômage au plus près des réalités de l'emploi ». Opinion partagée par la présidente de l'Unédic qui justifie par là même la démarche d'enquête de l'organisme public sur l'imprévisibilité devenue la norme pour les entreprises. « Identifier les principaux leviers activés par les dirigeants d'entreprise dans ce contexte donne des clés de compréhension afin d'anticiper l'impact sur l'emploi.

Cette démarche est importante pour mieux sécuriser et accompagner les parcours professionnels », conclut Patricia Ferrand.

Philippe Flamand

En bref

Les patrons de TPE-PME sont heureux

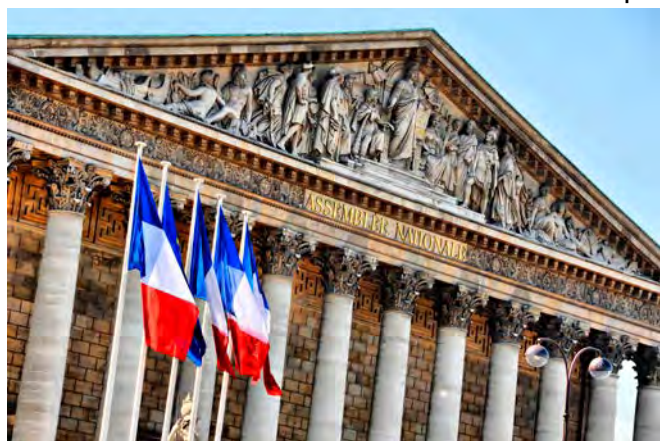
Ma petite entreprise ne connaît pas la crise chantait Bashung... Dans un contexte international pour le moins frappé de sinistrose, les dirigeants français de TPE et PME semblent lui donner raison puisque 84 % d'entre eux déclarent être heureux aujourd'hui, selon un récent sondage VistaPrint YouGov mené auprès de 639 dirigeants. Parmi eux 74 % se disent plus heureux qu'à l'époque où ils étaient employés, et 77 % confiants dans leur capacité à progresser dans les 12 prochains mois. Cette enquête semble ainsi confirmer que le mode de vie entrepreneurial choisi, guidé par l'autonomie, est porteur de sens et contribue à construire un bonheur durable.

L'épargne salariale progresse

L'épargne salariale dans les entreprises continue de se développer en 2024 avec 54 % des salariés — soit 10,6 millions de personnes — couverts par au moins un des dispositifs, soit 1,8 point de plus qu'en 2023. C'est le constat dressé par la Dares (ministère du Travail) dans une étude publiée en juin. L'épargne salariale demeure prépondérante dans les grandes entreprises de plus de 1000 salariés avec un taux de couverture de 89,1 % des salariés contre 21,1 % dans les TPE et PME de moins de 50 salariés.

Lourde amende pour Shein

La Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) a sanctionné à nouveau la plateforme de e-commerce chinoise Shein pour le non-respect du droit de rétractation, une information défaillante sur la qualité environnementale des produits et l'envoi aux consommateurs de confirmations de commandes non conformes. Deux amendes lui ont été infligées pour 22 millions d'euros.

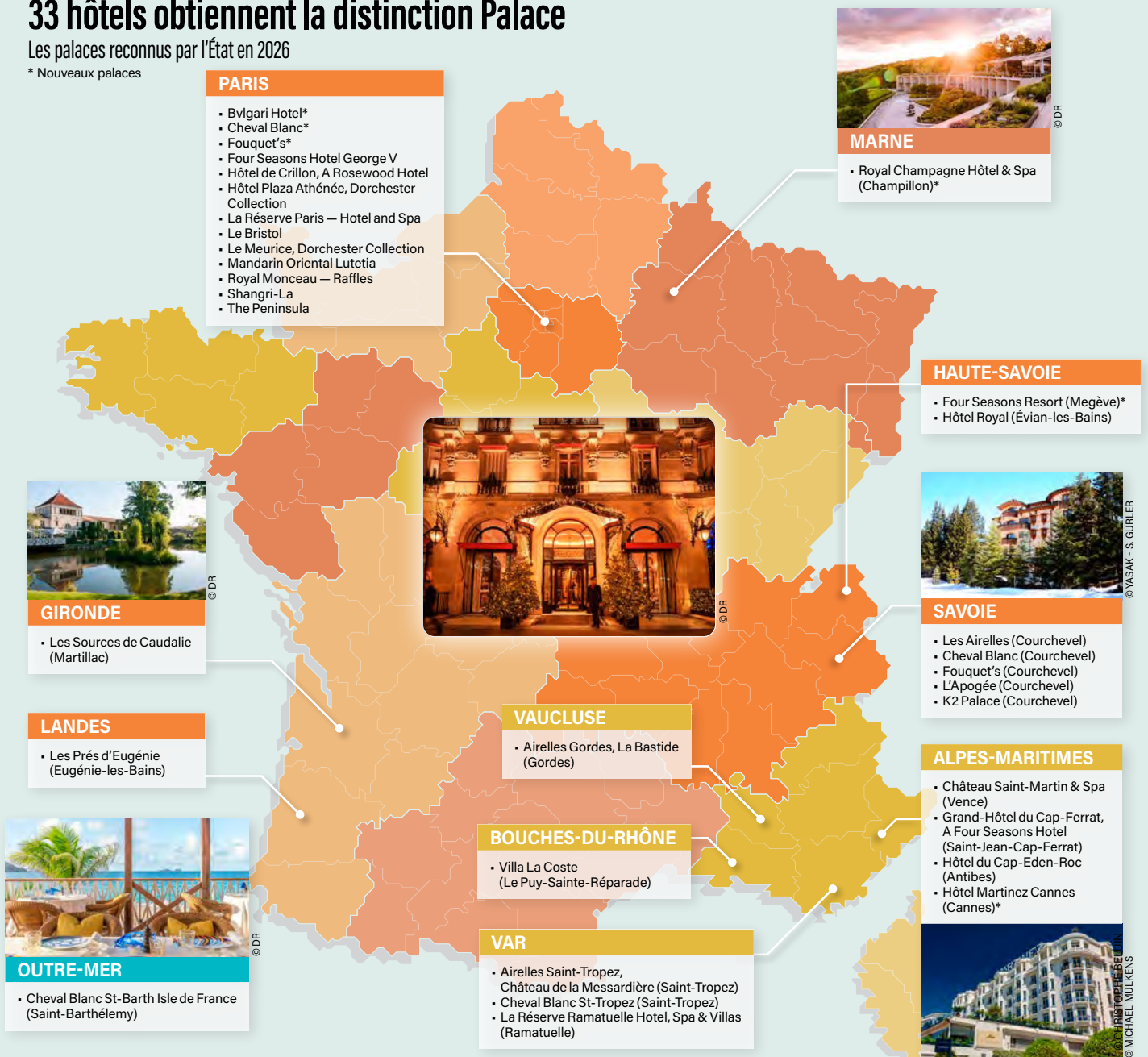


© DANIELLE BONARDELLE

33 hôtels obtiennent la distinction Palace

Les palaces reconnus par l'État en 2026

* Nouveaux palaces



LUXE

L'élite de l'hôtellerie française se concentre sur trois territoires

C'est le nec plus ultra de l'hôtellerie tricolore. Trente-trois hôtels de luxe viennent de recevoir la distinction Palace de la part de l'État français. Treize sont situés à Paris. Suivent la Côte-d'Azur (8 établissements) et les stations de ski des Alpes (6). Depuis 2010, l'État a créé une procédure pour mettre en avant les fleurons tricolores

en matière d'hospitalité. Ministre des PME, Serge Papin a renouvelé pour trois ans le label pour 27 établissements (soit tous les hôtels qui l'avaient jusqu'alors) tandis que six nouveaux hôtels rejoignent le cercle fermé des palaces. Tous ces hôtels disposent d'un classement cinq étoiles.

C'est une condition indispen-

sable pour pouvoir entrer dans la catégorie palace. Il faut aussi disposer de chambre d'au moins 26 m², de bénéficier d'un certain nombre de services (conciergerie, voiturier, restauration permanente...) et d'équipements (spa, piscine...).

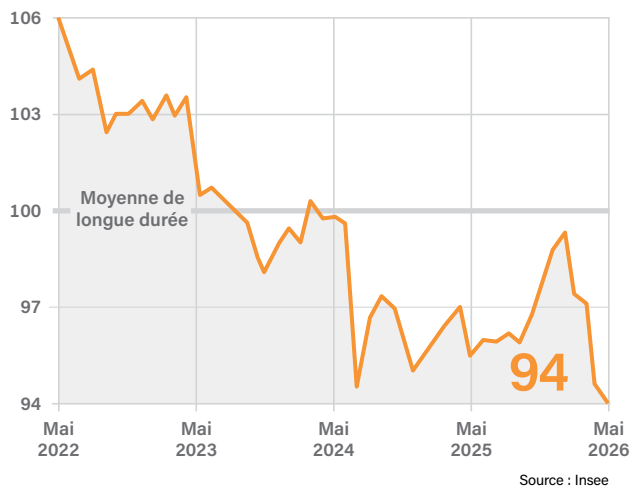
Mais ces conditions ne suffisent pas. Chaque hôtel éligible reçoit la visite de

représentants d'experts nommés par le ministre du Tourisme. Seuls les établissements bénéficiant d'une situation géographique remarquable, d'une architecture, d'un design et d'éléments de confort d'exception ou encore d'une histoire et d'une personnalité particulières sont retenus.

Stéphane Vandangeon

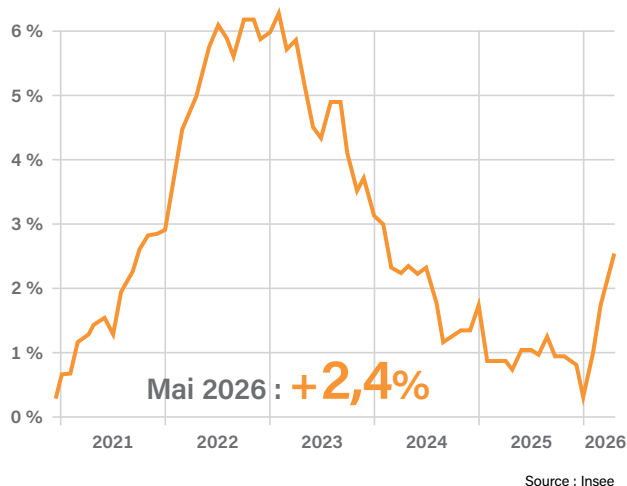
LE CLIMAT DES AFFAIRES PLONGE

Opinion des chefs d'entreprise français sur la conjoncture



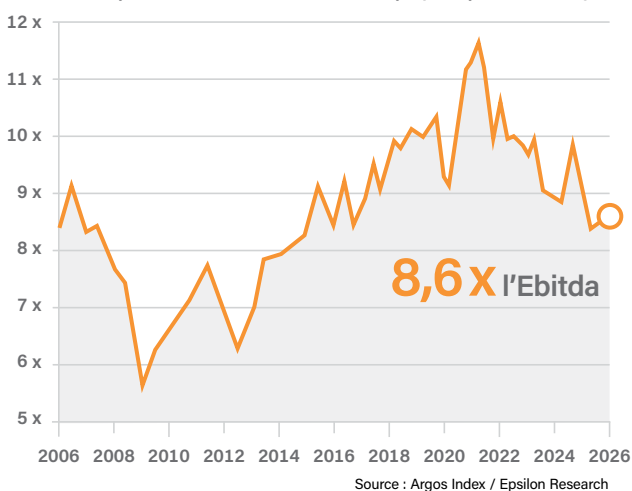
L'INFLATION REPART À LA HAUSSE

en % (glissement annuel)



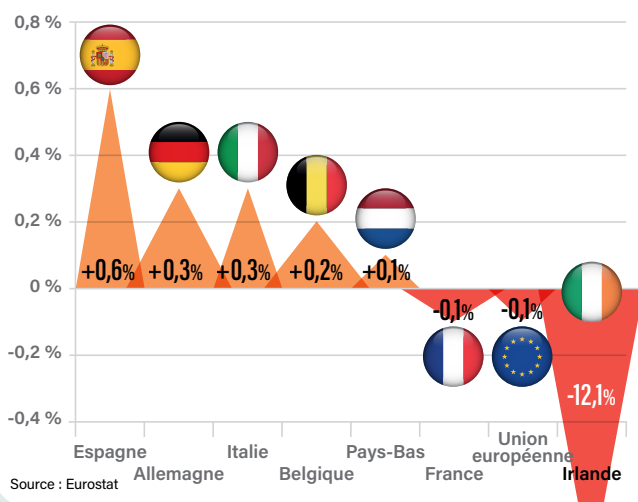
LA VALORISATION DES PME REBONDIT

Évolution du prix d'une PME non cotée en Europe (multiple de l'Ebitda)



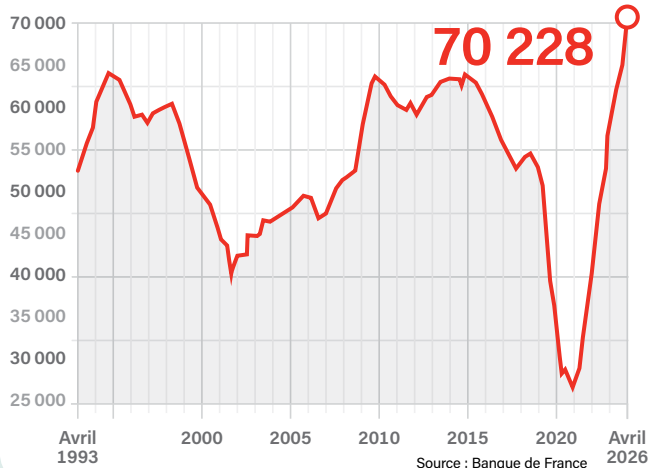
L'ÉCONOMIE EUROPÉENNE EN REPLI

Évolution du PIB au premier trimestre 2026



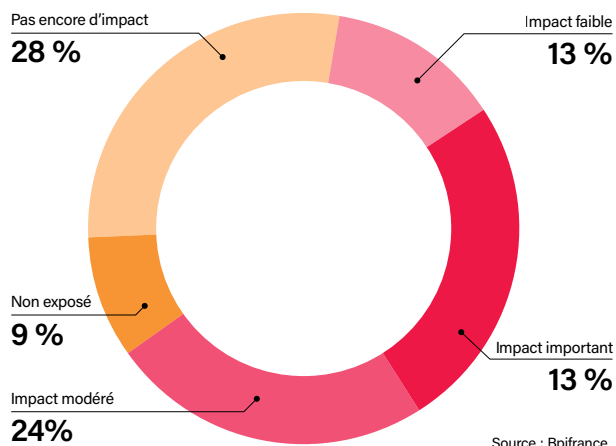
REMONTÉE EN FLÈCHE DES DÉFAILLANCES

Cumul sur 12 mois du nombre de sauvegardes, redressements et liquidations judiciaires



MOYEN-ORIENT : LES DEUX TERS DES ENTREPRISES IMPACTÉES

Impact du conflit sur la trésorerie et les résultats des TPE/PME françaises





© CETIH

François Guérin, président du collectif Dirigeants Responsables, PDG de **Cetih**

« L'entreprise est un lieu où l'on fait société »



Le collectif Dirigeants Responsables organise son université d'été les 11 et 12 juin à Tours. L'occasion de faire le point sur le développement de ce mouvement associatif parti de Nantes il y a 16 ans et qui rayonne désormais sur plusieurs régions. Avec pour objectif de mettre la RSE au cœur d'un modèle nouveau de l'entreprise.

Vous êtes le PDG de l'entreprise Cetih, fabricant de portes et fenêtres (1 400 collaborateurs, 241 M€ de chiffre d'affaires), implanté à Machecoul (Loire-Atlantique) et vous présidez le collectif Dirigeants Responsables à la tête duquel vous avez été reconduit en décembre 2025. C'est quoi le collectif Dirigeants Responsables ?

L'association a été créée en 2010 à Nantes sous l'appellation Dirigeants Responsables de l'Ouest - DRO - par un petit groupe de chefs d'entreprise, sous la houlette de Yann Roland qui était alors le président de Cetih. Je l'ai remplacé à la tête de DRO deux ans plus tard. Nous nous sommes d'abord développés sur la Loire-Atlantique puis sur les territoires limitrophes.

Avec quelle ambition ?

Nos entreprises faisaient face à des enjeux de transition très forts : transition environnementale, mais aussi d'évolution sociale. Notre mission était de créer un lieu où les dirigeants pourraient échanger, réfléchir, expérimenter des idées puis les mettre en place dans leur entreprise pour les transformer afin d'accompagner ces enjeux sociétaux, environnementaux et sociaux. Pour aller vers un futur désirable, vers une économie plus responsable. Mettre vraiment la RSE qui traite ces enjeux extra-financiers au cœur du modèle de l'entreprise.

L'association initiale a rapidement essaimé, d'abord dans le Grand Ouest...

Effectivement, il y a d'abord eu DRO Anjou basé à Angers, puis DRO Rennes Bretagne, puis DRO Finistère Bretagne, basé à Brest. Nous avons ensuite essaimé sur la Marne à Reims, dans le Morbihan en Bretagne sud, en Île-de-France, en Touraine. Aujourd'hui, nous avons des contacts sur d'autres territoires un peu partout en France, avec toujours cette volonté d'être ancrés localement, ce qui nous différencie d'autres associations plus parisiennes. Avec l'idée que, si on embarque des entreprises - à Nantes, il y a eu jusqu'à 160 adhérents -, on embarque aussi leur écosystème, et c'est finalement tout un territoire qui bouge. Je pense que, dans l'Ouest en tout cas, et notamment sur la région Pays de la Loire, nous avons réussi ça sur un territoire qui affiche une sensibilité aux enjeux du bien commun, aux enjeux collectifs, peut-être plus forte ailleurs qu'ailleurs.

Aujourd'hui, vous êtes une fédération d'associations locales coiffée par le collectif Dirigeants Responsables...

Nous avons sur chaque territoire une association Dirigeants Responsables avec des statuts identiques

et la même raison d'être. Chaque association locale est membre du collectif créé il y a cinq ans et dont je suis président.

Qui sont les adhérents des associations locales et combien sont-ils aujourd'hui ?

Nous sommes aujourd'hui au total environ 400 membres, majoritairement des dirigeants d'entreprises de tous secteurs d'activité, TPE, PME, ETI ou filiales de grands groupes, ou des dirigeants d'autres types d'organisations comme des écoles de commerce ou des écoles d'ingénieurs sur la région nantaise. C'est le dirigeant qui doit adhérer, car il doit être moteur dans la démarche, pour mettre en action les engagements de Dirigeants Responsables dans son entreprise. On sait que le dirigeant malgré tout n'est pas toujours disponible, c'est pourquoi il peut être représenté parfois par un collaborateur sur certains thèmes comme le responsable de la RSE de l'entreprise ou le DRH.

Comment l'activité de Dirigeants Responsables s'organise-t-elle concrètement ?

Nous avons deux modes de travail, soit en plénière, soit en ateliers. Les conférences plénières, mensuelles ou trimestrielles, peuvent faire appel à des experts extérieurs à l'association, mais nous préférons faire témoigner des dirigeants adhérents qui viennent partager leur retour d'expérience sur un thème choisi comme la gouvernance : qu'est-ce que j'ai fait pour la rendre plus ouverte à tous ces enjeux de transition ; comment je représente mieux mes collaborateurs ou des parties prenantes dans cette gouvernance...

Bref, toutes les questions qu'un dirigeant peut se poser dès lors qu'il a envie de mettre les enjeux de transition et d'intérêt collectif au cœur de son entreprise. Les ateliers réunissent des adhérents qui veulent approfondir cette réflexion en petits groupes durant un an. Ce travail collectif va se nourrir à la fois de l'expérience des autres et de l'avancée commune sur des sujets nouveaux pour lesquels les experts n'ont pas toujours de réponse.

« Il y a eu un vrai coup de frein sur la nécessité d'intégrer la RSE dans l'entreprise avec les tentations trumpistes et leurs effets collatéraux, depuis dix-huit mois. »

« La guerre en Iran nous rappelle que finalement la souveraineté, les enjeux de décarbonation restent des enjeux clés. »

Les thèmes que vous abordez sur la responsabilité sociale, sociétale et environnementale des entreprises sont-ils toujours d'actualité aujourd'hui dans le contexte de crise que nous connaissons ?

Il y a eu un vrai coup de frein sur la nécessité d'intégrer la RSE dans l'entreprise avec les tentations trumpistes et leurs effets collatéraux, depuis dix-huit mois. Mais les choses évoluent parce que la guerre en Iran nous rappelle que finalement la souveraineté, les enjeux de décarbonation restent des enjeux clés et que les raisons qui nous ont menés à nous occuper des enjeux de transition environnementale ou sociale n'ont pas disparu, bien au contraire. On sent qu'à nouveau la RSE redevient un sujet sensible.

Vous avez organisé votre université d'été les 11 et 12 juin à Tours sur le thème « Refaire Société par l'Entreprise » en clin d'œil à la RSE. Qu'est-ce que cela veut dire ?

C'est un thème qui résonne bien avec les enjeux d'aujourd'hui et qui apparaît à nouveau comme un thème clé dans la période que nous traversons. L'ensemble de la société est en effet très attaqué par la rapidité et la violence des transitions actuelles, par les enjeux géopolitiques et les guerres, par les transitions climatiques et la précarité énergétique, par l'impact du digital et des réseaux sociaux, par l'intelligence artificielle et son lot de désinformation et de destruction de notre capacité d'intelligence collective au profit d'une intelligence numérique. Tous ces changements mettent en tension la société, sans parler de nos politiques, en France, qui n'arrivent plus à se mettre d'accord et se polarisent, se radicalisent. Or, quand on regarde les sondages, on s'aperçoit que l'entreprise est



Le groupe Cetih que dirige François Guérin fabrique des portes d'entrée, et des fenêtres au sein de sites industriels employant 1400 salariés.



BIO EXPRESS

1963 Naissance

1988 Après un diplôme d'ingénieur en mécanique de l'École nationale supérieure d'Arts et Métiers, il est diplômé de l'École supérieure de commerce de Paris

2000-2008 Après un début de carrière chez Générale des Eaux, Valeo et Draftex, il est nommé directeur général de la division Fluids Solutions de Trelleborg

2010 Devient directeur général de Cetih

Depuis 2021 PDG de Cetih

Depuis 2022 Président du collectif Dirigeants Responsables

Depuis 2025 Président du Club ETI des Pays de la Loire

.....

un lieu, aujourd'hui, où les gens reconnaissent qu'ils se sentent plutôt bien. C'est un lieu de proximité, un lieu de vie, un lieu où l'on fait société au sens où l'on coopère, on collabore, on participe à des projets, on travaille avec les autres.

C'est un lieu de cohésion...

Faire société, c'est cela, c'est collaborer, coopérer au service d'un projet commun. Et en ce sens l'entreprise est un acteur hyperstructurant. Elle n'est plus seulement créatrice de richesse sur un territoire, mais un acteur qui fait en sorte que cette richesse devienne sociale par la valeur partagée, sociétale et environnementale par le fait qu'on impacte positivement le territoire. L'entreprise qui fait société est un lieu de cohésion sociale et cela fait du bien dans une société qui s'individualise énormément. Une entreprise qui fait société va devenir plus robuste parce qu'elle emploiera des gens épanouis, qui vont contribuer plus fortement par leur travail à sa réussite, grâce à un management qui fait grandir, qui écoute, qui donne de l'autonomie. C'est l'entreprise citoyenne dont on parlait il y a assez longtemps. L'ambition de cette université a été de montrer qu'il y a des choses qui marchent, des réflexions qui avancent, avec des experts, des chercheurs qui explorent ces thèmes, ces enjeux, et mesurent les risques qu'il y a devant nous dans toutes ces mutations.

Et comment nous, entreprise, nous pouvons continuer dans ces conditions à faire société.

Propos recueillis par Philippe Flamand



LE PALMARÈS 2026

DES ENTREPRISES



Figurez au Palmarès 2026
des entreprises de votre région.

Bouclage le 19 octobre 2026 ○ Parution le 11 décembre 2026

Je complète le formulaire

j'accède au formulaire



Le Journal
des Entreprises

Web
Magazine
Newsletters
Podcasts
Événements



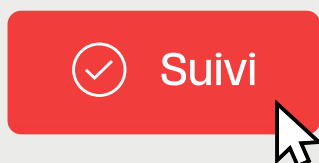
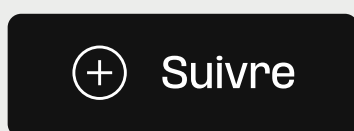


Vous êtes abonnés au JdE, savez-vous que sur notre site...

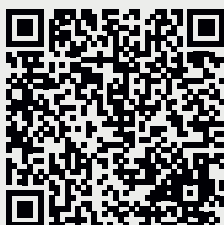
LA FONCTIONNALITÉ SUIVRE

vous permet de suivre et d'être alerté
à chaque nouvelle actualité

- thématiques économiques
- secteurs d'activité
- entreprises
- zones géographiques



j'accède aux tutoriels
vidéos du site



Le site Internet est un véritable outil personnalisable
qui vous aide au quotidien dans votre veille business,
développement commercial, scan de l'actualité des acteurs
économiques de votre région !

Envie d'une visite guidée de notre site en vidéo ?

