

n° 06

L'OPTIMISTE **Big**

LE JOURNAL DE BPIFRANCE

Bpifrance s'engage et l'Optimiste y contribue. Inscrire notre histoire dans le temps et la partager, entre collaborateurs et entrepreneurs, c'est le sens de ce média. Le journal que vous tenez entre les mains a été conçu dans une démarche durable. Son papier est issu de forêts durablement gérées et son encre est *low-energy*. Le faire dans le pur respect de l'environnement, y mettre tout ce que nous sommes les uns et les autres, c'est notre engagement à Tous.

Big

bpifrance inno generation

CONQUÉRIR

Chez Bpifrance, nous aimons le mot Conquérir car il contient un nombre incalculable de dimensions fondamentales de la vie. On conquiert d'abord ce qui est inconnu. On conquiert pour rester, habiter, s'établir, pas pour rançonner et repartir. On ne conquiert jamais seul. On ne conquiert que ce qui résiste, y compris les cœurs. On ne conquiert jamais sans inconscience. On ne conquiert jamais sans désir. Sans courage. Quand on a conquis, on a changé. On a beau se retourner, on ne sait pas par où l'on est passé. Cette part d'inexplicable dans l'esprit de conquête, qui fait le propre de l'homme et le mystère de l'entrepreneuriat, nous la chérissons.

Elle forme le cœur de la liberté.

NICOLAS DUFOURCQ
Directeur général de Bpifrance

SOMMAIRE

PAGES 2-3

CONQUÉRIR

Quand SPHERE, leader européen des emballages ménagers, passe de pollueur à champion vert en moins de 20 ans.

John Persenda, Président Directeur Général, Groupe SPHERE. À retrouver en page 3.

PAGES 4-5

OSER

« Quand on vous dit que ce n'est pas possible, faites-le ! Quand vous sentez que c'est ce qu'il faut faire, foncez. »

Patrice Bégay, Directeur exécutif Communication et Bpifrance Excellence, Bpifrance. À retrouver en page 4.

PAGES 6-7

INNOVER

Après un premier plan lancé sur les startups à la création de Bpifrance, avec un nombre de licornes exponentiel, des levées de fonds records et des startups du numérique qui continuent de créer de la valeur, revenons sur le deuxième étage de la fusée, qui se concentre aujourd'hui sur le moteur de l'innovation. La recherche.

Paul-François Fournier, Directeur exécutif Innovation, Bpifrance. À retrouver en page 6.

PAGES 8-9

RÊVER

« L'optimisme porte la conquête, lui donne son souffle. S'imaginer, se projeter, oser rêver d'un futur désirable, plus vertueux, voilà qui donne de l'enthousiasme et de l'ambition. Demain est un ailleurs à explorer et à inventer. »

Dominique Mockly, Président et Directeur Général, Teréga. À retrouver en page 8.

PAGES 10-13

ACCÉLÉRER

« Je suis partie d'un constat simple : l'industrie porte l'image d'un secteur gourmand en énergie, alors qu'en réalité, elle est assise sur une mine de chaleur verte. »

Amandine Aubert, Dirigeante, EcoGreenEnergy. À retrouver en page 12.

PAGES 14-15

GRANDIR

Si banque publique et banques privées offrent des visions et des métiers parfois différents, ils n'en sont pas moins complémentaires. C'est pourquoi Bpifrance s'est donné pour mission d'approfondir sa relation avec ses confrères en travaillant avec eux, main dans la main.

Philippine Lucille, Responsable Animation des Marchés et Partenariats Bancaires, Bpifrance. À retrouver en page 14.

CONQUÉRIR

CETTE 7^e ÉDITION DE BPIFRANCE INNO GÉNÉRATION PART À LA CONQUÊTE DE LA RELANCE.

Découvrez les nouveautés de l'événement : la Bulle verte pour aller à la rencontre de celles et ceux qui souhaitent accélérer leur démarche de transition énergétique et écologique pour servir l'avenir, à travers des ateliers de 30 min. La Plateforme Tribu, le réseau social de Bpifrance, s'empare de l'Accor Arena et installe sa scène d'expression "Feu de camp" pour faire découvrir les innovations

de chaque communauté : La French Fab, La French Touch, Climat, La French Tech ! Après avoir permis 16 000 mises en relation l'an dernier via des rencontres en "one to one", la Place des Rendez-Vous fait son grand retour dans une version 100 % digitale. Mais aussi : une nouvelle Plateforme Excellence de 600 m² pour networker, un plateau TV hors norme qui entremêlera des formats d'interviews intimistes et une succession de shows, sans oublier les incontournables scènes du Bang et de L'Ampli.

Big

REPOUSSONS NOS LIMITES

JOSÉ GONZALO

Directeur exécutif Capital Développement, Bpifrance

L'AVENTURE COMMENCE DÈS LA PRÉPARATION DES BAGAGES. IL FALLAIT BIEN UN MOT-VALISE POUR DÉSIGNER UNE ENTITÉ QUI A FAIT DE LA CONQUÊTE LA BOUSSOLE DE SON ACTION. JOSÉ GONZALO NOUS OUVRE LES COMPARTIMENTS DE CAPDEV.

Ne pas s'étonner de l'absence de d'œillères. « Tous les secteurs nous plaisent : industrie, services, chimie, agriculture, transports, énergies renouvelables, éducation ». Les présupposés, c'est déjà la pensée bridée, l'ambition entravée. Les *a priori* de taille ? Une considération superflue : « de la PME à la multinationale, on appuie tout le monde ». Pas de présomptions donc, mais une conviction. Chaque conquête « est synonyme de développement » et donc « analysée positivement ».

Alors on appuie les envies exprimées et on fait naître les désirs. Personne n'est « roi en son domaine », le succès oblige plus qu'il ne contente. « En liaison avec l'Accompagnement, on réalise des diagnostics 360. La proximité avec les managements des sociétés nous permet d'encourager et de soutenir ce cheminement en dehors de leur zone de confort. » Pour « s'établir hors de ses frontières », il faut être capable de repousser ses limites. L'inconnu n'est pas sans danger, il est assumé et partagé. « On a les équipes pour ça : pour chaque participation, 4 ou 5 personnes étudient les motivations, le plan de développement. » L'expertise légitime, fait grandir la confiance, « l'histoire de chaque société est connue, son business model maîtrisé ».

Dans le nécessaire de la conquête, deux outils : le temps et les moyens. Il en faut, parfois en grande quantité, pour trouver l'idée, pour appuyer la réflexion, imaginer sa mise en œuvre, saisir l'opportunité, agir au bon endroit et au bon moment. « Le capital patience » est clé pour accéder à de nouveaux marchés. On n'oublie pas que l'aventure se décline sous des formes multiples, « on n'hésite pas à financer la recherche », celle qui permettra « la diversification dans d'autres produits, d'autres secteurs ».

On est ambitieux mais pas inconséquent. L'aventure oui, mais pas à n'importe quel prix. Désormais, chaque décision est analysée avec le filtre de l'impact sur l'environnement. Participer à la décarbonation est « facteur d'adhésion et d'investissement ». On ne se contente pas de la loupe, qui ne laisserait voir que « les surcoûts à court terme » : on sort les jumelles, la longue vue, et « on raisonne à long terme ». La réglementation tend à se renforcer, autant avoir un temps d'avance. L'intervention en « obligations convertibles est désormais associée à de nouveaux paramètres environnementaux », on a tout intérêt à faire mieux.

Si l'ailleurs attire toujours, on a appris à ne pas sous-estimer la valeur de la reconquête. Les « marchés de commodité » ont montré leurs limites. Mal de tête autour du paracétamol, vite une dose de souveraineté. « On travaille sur un investissement dans une société qui produit ce principe actif ». La conquête serait-elle circonscrite à l'Hexagone ? Ce serait oublier la possibilité du local à l'international. On repense les périmètres, « on réduit les distances entre le lieu de production et celui de consommation. On fabrique dans et pour le pays ». La proximité est une nouvelle façon de penser, le chemin est plus court, la destination pas moins belle.

QUELQUES CHIFFRES

3 MILLIARDS
d'euros investis

600
ENTREPRISES
SOUTENUES

2/3

d'entre elles ont réalisé des opérations dites de build-up (rachat d'autres sociétés)

1
CLOSING
PAR JOUR



À LA CONQUÊTE D'UNE PLANÈTE VERTE

JOHN PERSEDA

Président Directeur Général, Groupe SPHERE

Quand SPHERE, leader européen des emballages ménagers, présent dans toute l'Europe de l'Ouest, passe de pollueur à champion vert en moins de 20 ans.

1 EST-CE LE CHOIX D'UN HOMME ? QUELLE A ÉTÉ LA RÉACTION DU GROUPE ET COMMENT CHACUN S'Y INTÈGRE-T-IL ?

C'est effectivement le choix d'un homme qui un jour prend une décision. Je crois que c'est toujours le cas : il est rare que ce soit le fait d'une collectivité, il est cependant essentiel d'emporter l'adhésion.

Tout se joue sur l'enjeu du choix, un choix de rupture, innovant, avant-gardiste, difficile à faire accepter au premier abord. Un choix qui suppose un engagement sans faille capable d'emmener, de convaincre et de partager. Au premier chef, ses propres collaborateurs, car il leur appartiendra de convaincre à leur tour, c'est la clé du succès, ce qui fera du choix d'un homme celui de tous.

C'est bien la puissance du choix qui est le vrai moteur de la transformation et la cause du ralliement. Un grand pas pour la rupture, des petits pas pour convaincre. Une constante : avancer.

2 VOUS AVEZ ÉTÉ L'UN DES PREMIERS À VOUS MOBILISER, POURQUOI ?

Un constat brutal, une plage nettoyée tous les matins et toutes les nuits défigurée par les déchets. Des océans gorgés de plastique qui faisaient de nous des complices, des pollueurs. Je me suis dit qu'on ne pouvait pas continuer : nous étions en 2005, j'ai décidé de changer de cap.

Il nous fallait prendre un grand tournant. L'avenir de nos produits, c'était la conquête d'une planète propre. Une planète verte. Il fallait des actes forts. Pas simple quand on rachète BIOTEC qui ne faisait aucun bénéfice, difficile de sortir du bas de bilan et justifier un changement profond qui privilégie le durable plutôt que le résultat financier immédiat. Un an pour convaincre mes

collaborateurs du bien-fondé, des résultats pour le prouver avec des produits entièrement biodégradables et compostables, et aujourd'hui une grande fierté de tenir le haut du marché en servant la planète.

3 JUSQU'OU À ALLER DANS LA RECONQUÊTE DE LA PLANÈTE ?

Il ne faut surtout pas s'arrêter, il faut se donner les moyens d'aller le plus loin possible. Quand on voit que des sociétés créées par Colbert sont encore là aujourd'hui, c'est qu'on n'est jamais arrivés au bout. La planète change, elle n'est plus la même qu'il y a 20 ans, et ne sera pas la même dans 20 ans. Elle ne cesse de se transformer, il faut toujours aller de l'avant pour la conquérir, c'est un mouvement perpétuel, c'est un choix irrévocable.

4 L'INNOVATION EST-ELLE LE SEUL LEVIER UTILISÉ PAR LE GROUPE ?

Pour être innovant, il faut être en avance sur son temps. L'innovation, ce n'est pas une simple amélioration, c'est un changement complet. Il faut voir ce que sera demain ou après-demain, pour y répondre avec les bons outils. Il faut que l'innovation entraîne d'autres innovations. Si on n'innove pas, on est mort. Si on est encore là, c'est parce qu'on ne fait qu'innover et cela demande de l'agilité, de l'envie et du mouvement.

Pendant la pandémie, nous étions évidemment à l'arrêt sur notre production de sacs poubelle pour les hôtels et les restaurants. Les hôpitaux nous ont appelés, désespérément en demande de surblouses produites jusque-là en Asie. En 48h, nous avons adapté la chaîne de production pour en sortir finalement 30 millions à prix coûtant. Les collaborateurs ont travaillé d'arrache-pied tous les jours. C'est aussi l'ADN de notre société : pouvoir réagir rapidement quand on a une demande. Et quand notre directeur d'usine reçoit une lettre du préfet du Pas-de-Calais pour lui annoncer sa nomination comme Chevalier dans l'Ordre National du Mérite pour le service rendu, c'est une récompense pour toute la société.

5 VOUS ÊTES UN OPTIMISTE ENGAGÉ, QUEL SERAIT VOTRE MOT D'ORDRE ?

Je suis d'un éternel optimisme dans le pessimisme général et la difficulté de remettre les choses en ordre. On y arrivera, on mettra du temps, c'est une course contre le temps, mais on y arrivera. Il ne faut jamais s'arrêter, et aller de l'avant.

Il y a 20 ans, le chiffre d'affaires de l'activité films et sacs en plastique de SPHERE était à 85 % basé sur des matières pétrolières. Aujourd'hui, c'est 45 % en matières végétales et 50 % en matières recyclées pour 5 % seulement de matières fossiles vierges.

LES CHAMPIONS DE DEMAIN

MARGAUX BOULLIER

Chargée de mission Accélérateurs, Bpifrance

STANISLAS LEFORT

Chargé de mission Accélérateurs, Bpifrance

Ils sont une vingtaine à se lancer dans l'aventure de la croissance externe ! Accompagnés par Bpifrance et par des parrains entrepreneurs, ces dirigeants de PME et ETI venus des quatre coins de la France s'apprentent à vivre une aventure exceptionnelle pendant 2 ans.

« Les Conquérants » est le nom d'un dispositif nouvelle génération : un programme sur mesure pour permettre à une promotion d'entrepreneurs de lancer leur première opération de croissance externe structurante. Racheter une entreprise, se développer, grandir, gagner en résilience,

s'implanter à l'international... et passer à une nouvelle échelle. Ils bénéficieront pendant 24 mois de séminaires de formation, de moments de networking, mais aussi de moments d'échanges privilégiés avec un parrain entrepreneur aguerri aux opérations de croissance externe réussies.

Ces Conquérants ont tout des champions de demain : minutieusement choisis par les directions régionales et les investisseurs de Bpifrance puis par un comité de sélection, ils sont les pépites de l'entrepreneuriat français. Solides malgré la crise, ils embarqueront les plus fragiles pour préserver des emplois et dynamiser l'économie dans les territoires.

C'est au cœur de Bpifrance inno génération qu'a lieu le lancement officiel de ce programme en présence de la promotion au grand complet, de leurs parrains, de Nicolas Dufourcq, Directeur général de Bpifrance, et de Guillaume Mortelier, Directeur exécutif Accompagnement de Bpifrance. Big sonnera le coup d'envoi de cette aventure business, humaine et orientée vers la croissance. C'est parti !

LES CONQUÉRANTS, C'EST AUSSI LE NOM D'UN TOUT NOUVEAU PODCAST BPIFRANCE.

Une série à découvrir sur toutes les plateformes d'écoute (Deezer, Spotify...).



BIG 7 FAIT DÉCOLLER LE BUSINESS !

VENIR À BIG, C'EST : NOURRIR SON ESPRIT DE CONQUÊTE, SA SOIF D'INNOVER, SA VISION D'UN NOUVEAU MONDE.

QUELLE FIERTÉ COLLECTIVE DE LANÇER CETTE 7^e ÉDITION DU PLUS GRAND RASSEMBLEMENT D'ENTREPRENEURS D'EUROPE POUR TOUS !

Julien Noronha

Directeur Événements, Contenus et Digital, Bpifrance

OSER

CETTE ANNÉE, LE PLATEAU TV DE BIG FAIT PEAU NEUVE : DÉCOUVREZ LE BIG MÉDIA ! Au programme, un espace où artistes, chefs cuisiniers et sportifs viendront faire leur show. Mais aussi, un plateau central pour laisser place aux débats autour des grands enjeux de demain. Et, un troisième espace où des personnalités inspirantes comme Ardavan Safaee, Président de Pathé Films, Muriel Tramis, l'une des rares conceptrices françaises de jeux vidéo, et bien d'autres viendront se livrer en face à face en attendant le grand lancement du média de Bpifrance...

Big

OPTIMISTE JE SUIS, OPTIMISTE À VIE

PATRICE BÉGAY

Directeur exécutif Communication et Excellence, Bpifrance

QUELQUES INSTANTS APRÈS L'ÉMISSION VIVE TA VILLE QUI SE DÉROULAIT À NICE LE 18 AOÛT DERNIER, LORS DE LA GRANDE TOURNÉE DE LA RELANCE DU BIG TOUR, PATRICE BÉGAY NOUS A OFFERT, COMME À SON HABITUDE, UNE GÉNÉREUSE DOSE D'OPTIMISME !

Lorsque l'on aborde Le Big Tour, ses mots sont sans équivoque : c'est la tournée de la confiance, de l'audace, de l'ambition et surtout de la passion. En souriant, il nous dit « j'ai ressenti la France, la nouvelle France qu'on aime, celle qu'on vit sur le terrain, où l'on rencontre des gens qui sont entrepreneurs ou encore d'autres qui ne le sont pas et qui le deviendront ». Ce projet fou, celui qui parcourt des milliers de kilomètres sur les côtes françaises pour aller à la rencontre des Français, c'est avant tout un challenge réussi ! « Quand on vous dit que ce n'est pas possible, faites-le ! Quand vous sentez que c'est ce qu'il faut faire, foncez. Le pire, c'est d'avoir des regrets. Le mieux, c'est d'oser. » Il faut savoir oser "haut", avoir une ambition collective sans limite : voici le cocktail idéal pour monter des tournées, mais aussi d'autres événements marquants comme Big 7.

À l'évocation de ces mots, une réaction immédiate et pleine de spontanéité de Patrice : « le thème de cette année : la conquête. Conquérir, c'est grandir. C'est un état d'esprit. Une hargne qui caractérise nos entrepreneurs ». Cette année encore, Big casse les codes pour surprendre tout en restant fidèle à son ADN : être utile aux entrepreneurs en leur apportant des réponses et en leur proposant toujours plus de contenus et de mises en relation.

En ce 7 octobre 2021, plus de 50 000 personnes se retrouveront physiquement à l'Accor Arena de Paris, et grâce au digital il y a une vraie démultiplication de l'audience : « celui-ci nous a permis de maintenir nos événements l'année dernière, mais à partir de maintenant, il nous permet d'accélérer et de viser toujours plus haut ». Toutes les communautés s'y retrouvent, et à la fin de la journée, le bilan est toujours positif : des rencontres, du business, de nouvelles opportunités et une vraie richesse de contenu. Patrice nous donne sa définition unique d'une communauté : « c'est un ensemble de gens qui savent oser, qui ont de la vision, qui incarnent les mêmes valeurs et savent se remettre en question. Et ces gens, ces passionnés, incarnent le hashtag #MÊMEPAS-PEUR à la perfection. J'ai d'ailleurs un mot tout particulier pour Les Excellence, ce réseau de cœur qui ne nous apporte que du bonheur depuis plus de 7 ans. Ils savent pourquoi le thème de Big 7, c'est la conquête : ils ont su, à tous les moments de leur vie d'entrepreneur, se révéler, innover, partir à l'international et à la conquête des géants. »

À la fin de la discussion, nous demandons quel est le prochain pari fou que relèvera la Direction de la Communication de Bpifrance. Sa réponse ? « C'est confidentiel, mais ce sera magnifique. » Un appel à suivre de près les prochains événements qui seront, à coup sûr, immanquables.

« ENTREPRENEURS, VOUS PORTEZ LE VISAGE D'UNE FRANCE QUI A DE L'AMBITION, DE L'OPTIMISME, QUI CONSTRUIT LE MONDE DE DEMAIN, QUI CRÉE DE L'EMPLOI SUR LE TERRITOIRE. »

Emmanuel Macron

Président de la République française, sur le village du Big Tour, le 17 août 2021 à La-Londe-les-Maures.

OSONS L'AILLEURS

PEDRO NOVO

Directeur exécutif Export, Bpifrance

BIG 7, ÉDITION DU CHIFFRE SACRÉ, DU « RETOUR À LA LIBERTÉ ». NOUS AVONS TROUVÉ DES RESSOURCES, DÉCOUVERT DES LIMITES FRANCHISSABLES. DÉSORMAIS, NOUS AVONS TOUTES LES RAISONS D'ALLER CONVAINCRE AILLEURS.

Acceptons, désirons l'impatience, elle est signe de convictions ardentes. « Se remettre en avant n'est pas une option ». Nous savons notre assise solide, plus besoin d'avancer sur la pointe des pieds. Dans la crise, cette inconfortable chrysalide, nous avons pris corps, accumulé force et confiance. Nous sommes en droit et en devoir de nous sentir à l'étroit dans notre territoire. Osons et assumons « le génie français », cette puissance que ne peuvent absorber nos 630 000 m². Il nous faut la dépenser, la partager. Sans arrogance mais pas sans assurance. Grâce au « quoiqu'il en coûte, cet incroyable plan de soutien », nous avons réagi avec l'énergie de l'espoir. Concrétisons-le. Rayonnons, en dedans et en dehors de nos frontières.

Le plan de relance nous permet de penser l'après, son volet Export, doté de 247 millions d'euros. « Il n'y a jamais eu autant d'opportunités et de facilités. » Chèque Relance Export pour impulser « le partage d'expériences, d'idées, de méthodes », Chèque Relance VIE pour déployer l'énergie d'une jeunesse Erasmus décomplexée et optimiste, Assurance et Financement de l'Export et pour soutenir les new deals, et toujours le réseau des Chambres de Commerce, l'expertise de Business France et de

la Team France Export : les ressources sont plurielles, la culture est celle de l'accompagnement et du financement. Chez Bpifrance, on ne croit pas à « la bonne méthode », mais on maintient la conviction forte que nous disposons de la palette d'outils à même de soutenir les projets à l'export. Désormais l'internationalisation n'est plus le privilège de quelques-uns : il est à la portée de tous et dans l'intimité de la personnalisation.

C'EST PRESQUE DEVENU UNE NÉCESSITÉ QUE D'OSER ET CONQUÉRIR DANS UN MONDE QUI SE RÉINVENTE.

Par où commencer ? À côté. « Chaque pays européen a déployé son plan de relance, il existe d'incroyables opportunités pour nos entreprises sur ce continent ! » Big 7 nous pousse à franchir la Méditerranée, destination 54 réalités. Le désir de rapprochement est réciproque. Alors on va se rencontrer, s'écouter, saisir les enjeux et « mieux se comprendre » : 400 entrepreneurs africains seront présents à l'Accor Arena, et plus de 80 ateliers seront dédiés à l'international.

Une autre lecture est possible et nécessaire. Elle n'exclut pas le risque mais ne l'exagère pas non plus. Établir un dialogue sur la même longueur d'ondes, c'est la première étape pour construire « un nouveau récit » dans lequel les ambitions sont partagées, les visions apaisées.

L'ÊTRE EN CONQUÊTE

CATHERINE COURBOILLET
Présidente, Cerba HealthCare

IL EST TENTANT DE RÉDUIRE LA CONQUÊTE À UNE SUCCESSION D'ÉTAPES, DE PALIERS FRANCHIS. LE FAIT EST RECONNAISSABLE, RASSURANT, ON S'EN SAISIT POUR ÉTABLIR ET ÉCRIRE L'ASCENSION. UNE CARRIÈRE COMME UN MODE D'EMPLOI. ET SI LA CONQUÊTE ÉTAIT AILLEURS ? DANS LA RENCONTRE. AVEC SOI, AVEC LES AUTRES. CATHERINE COURBOILLET NOUS EMMÈNE DANS CE TERRITOIRE HUMAIN.

Écouter Catherine Courboillet et être saisi par son récit comme on le serait par une photo de Cartier-Bresson. Cohérence, justesse et force du propos comme de l'image. « L'instant décisif » est une rencontre. Elle se fait juste après les études. Période charnière où les diplômés rassurent mais n'assurent rien. La motivation est solide, les doutes le sont tout autant. Dans la salle d'attente, dix autres candidats, venus avec plan de carrière, ambitions, et compétences certifiées dans leurs bagages. Pourtant, c'est elle que Corinne Segalen, Directrice de Pharmacia, choisit. « Pour ce qu'elle est », lui dira-t-elle plus tard. L'intuition comme conviction. Bienveillance et confiance donnée, fondation et clé de voûte de tout édifice. « Quelqu'un qui croit en vous, c'est une volonté positive et constructive. »

**QUELQU'UN
QUI CROIT EN
VOUS,
C'EST UNE
VOLONTÉ POSITIVE
ET
CONSTRUCTIVE.**

Alors Catherine bâtit, mue par « l'envie de bien faire », « la curiosité des autres », le désir d'apprendre. « Je prenais toutes les possibilités de formations. Même celles qui ne paraissent pas correspondre à ce que je faisais. » Elle ne concède rien à la chance, accorde tout à la volonté. Garder l'esprit ouvert, être à l'écoute, maintenir sa capacité d'attention et d'intention, « vous vous mettez en situation de prendre ou non les opportunités ». Pendant les dix années passées chez Pharmacia, elle saisit le rôle fondamental des managers. Ce sont eux qui guident, accompagnent, soutiennent. « On ne gagne jamais tout seul. »

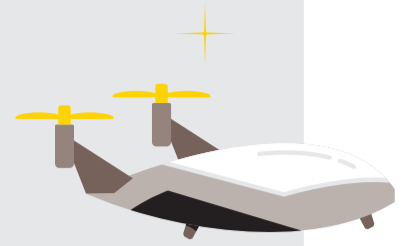
Autre photo, autre instant décisif. Cette fois le challenge vient à elle. Il est grand : l'entreprise, temple de la biologie médicale, est en difficulté. Celui qui tient la barre dans la tempête vient chercher celle qui va « remettre en question tout ce qu'il avait fait ». L'humilité est sœur de la confiance. C'est le début de l'aventure Cerba. Puisqu'il faut

reconstruire, Catherine s'entoure. Aucune science n'est infuse, les connaissances et les expertises se complètent et se renforcent. Chacun apporte sa pierre à l'édifice, se fait artisan d'un succès qui n'est pensé et vécu que collectivement. Le respect est un ciment, le matériau commun à tous :

« dans une entreprise, il y a une hiérarchie des décisions, des responsabilités. Mais il ne peut y avoir une hiérarchie des comportements ». Pour chaque recrutement, on identifie le savoir-faire et le savoir-être. Comment penser le partage sans altruisme, sans ouverture à l'autre ? On recherche les valeurs communes, celles sur lesquelles peut se développer une culture d'entreprise. Les résultats suivent.

Catherine devient présidente. Elle est posée tout en haut, mais jamais hors d'atteinte. « Un dirigeant n'est pas là pour faire uniquement de la stratégie, il doit réfléchir à sa façon d'engager, d'aligner. » Le mouvement est toujours réflexif, l'exigence appliquée à soi et aux autres. « Je ne sanctionne pas l'erreur. En revanche, je n'accepte pas le manque de lucidité. L'incapacité à se remettre en question. » Les mots ont un sens : une parole donnée, c'est une promesse qui doit être tenue. « On rend un résultat, qui doit être juste et rendu dans les meilleurs délais pour assurer la prise en charge des patients. » La conscience des responsabilités est pleine et assumée. La réussite jamais exhibée. Il y a toujours à faire, des potentiels à révéler, des empêchements à lever, des croyances à défaire. Un programme où « des femmes managers témoigneront de leurs expériences à d'autres femmes » est en cours de construction. Donner la parole, l'encourager et être décisive. Le relais est donné.

INNOVER



SOUTENIR LA TRANSITION ÉNERGÉTIQUE ET ÉCOLOGIQUE DES ENTREPRISES EST UNE PRIORITÉ STRATÉGIQUE POUR BPIFRANCE. C'est pourquoi celle de Big a été engagée pour diminuer l'impact de l'événement sur l'environnement. Des matériaux recyclés et réutilisables chaque année, réduction du nombre d'emails, démarche zéro papier, audit des prestataires... De nombreuses actions ont été mises en place dans une démarche d'amélioration continue. Big se tourne «vert» l'avenir!



TOUS CHERCHEURS

PAUL-FRANÇOIS FOURNIER
Directeur exécutif Innovation, Bpifrance

APRÈS UN PREMIER PLAN LANCÉ SUR LES STARTUPS À LA CRÉATION DE BPIFRANCE, AVEC UN NOMBRE DE LICORNES EXPONENTIEL, DES LEVÉES DE FONDS RECORDS ET DES STARTUPS DU NUMÉRIQUE QUI CONTINUENT DE CRÉER DE LA VALEUR, PAUL-FRANÇOIS FOURNIER REVIENT SUR LE DEUXIÈME ÉTAGE DE LA FUSÉE, QUI SE CONCENTRE AUJOURD'HUI SUR LE MOTEUR DE L'INNOVATION. LA RECHERCHE.

Cette dynamique inscrite dans les priorités de Bpifrance porte un nom : le plan Deeptech. Il a pour ambition la création de 500 startups par an, en collaboration étroite avec les institutions dédiées et les universités du territoire. Un plan qui prend aussi sa part dans l'effort majeur porté par la banque publique sur la réindustrialisation du pays, impulsée par La French Fab.

Paul-François insiste, « les chercheurs sont les entrepreneurs de la création de valeurs de leur recherche. Au sens de Bpifrance, les chercheurs sont des entrepreneurs ». Ils sont des conquérants. Ils vont à la conquête du savoir, jusqu'aux limites de la connaissance, pour explorer, et trouver des réponses aux questions qui se poseront. Cela fait d'eux des entrepreneurs, tant ils partagent des valeurs semblables : un état d'esprit qui les confronte à l'inconnu, les oblige à la décision, nécessite de

l'audace. Loin des images d'Épinal, les profils sont multiples, les filières sont nombreuses, les enjeux sont magiques toujours et couvrent tous les besoins de l'Homme.

« Un chercheur assure le passage de la découverte à l'impact sur la société. Ici se jouent les enjeux du monde de demain : la transition écologique, la santé, l'IA ou encore la souveraineté industrielle. » Ces startups deeptech ont, pour plus d'un tiers d'entre elles, des enjeux industriels. Outre leur impact sociétal direct, elles induisent la création d'usines innovantes en France, peu délocalisables et à proximité des laboratoires qui ont fait naître ces technologies. Ce sont donc de nouveaux emplois créés sur le terrain, en régions, puisque 80 % d'entre elles y sont implantées.

Mais sont-ils assez nombreux, sont-ils assez aidés, sont-ils assez stimulés, libres,

accompagnés, plébiscités ? Ils se sont mobilisés, 30 chercheurs, entrepreneurs, 30 acteurs majeurs, licornes, startups, astronautes, spécialistes quantiques, de la fluorescence aux exosquelettes, tous réunis dans un programme qui déménage pour embarquer une nouvelle génération de chercheurs, héros de nos futurs. L'évènement « Quand la Deeptech voit Big » le démontre avec 1000 jeunes doctorants en devenir présents pour

en prendre plein les yeux... et bien plus en digital avec la valise d'outils que Bpifrance et ses partenaires ont concoctée pour eux. Gageons qu'ils seront encore plus nombreux à embrasser cette voie !

LES CHERCHEURS SONT LES ENTREPRENEURS DE LA CRÉATION DE VALEUR DE LEUR RECHERCHE

ÊTRE VERT OU NE PAS ÊTRE

ANNE GUÉRIN
Directrice exécutive Financement et Réseau, Bpifrance

« L'IMPORTANCE DU PREMIER PAS ». FACE À L'URGENCE CLIMATIQUE QUI SE REND CHAQUE JOUR PLUS VISIBLE, IL FAUT OSER FAIRE LE PREMIER PAS POUR NE PAS SUBIR, NE PAS RESTER SPECTATEUR. ANNE GUÉRIN PARTAGE SA CONVICTION, CELLE DE BPIFRANCE, D'UNE TRANSITION ÉNERGÉTIQUE ET ÉCOLOGIQUE COMME OPPORTUNITÉ ET MOTEUR DE CROISSANCE POUR LES ENTREPRISES QUI S'Y ENGAGENT : « LA MEILLEURE FAÇON DE LUTTER CONTRE L'ANXIÉTÉ, C'EST DE PARTICIPER À L'EFFORT ». SE LEVER, OSER, Y ALLER, « PLUS ON FAIT, PLUS ON A ENVIE D'EN FAIRE ».

UN ENJEU DE SURVIE

L'heure n'est plus au constat et aux doutes mais à l'action et aux solutions. « On vient de se rappeler que l'entreprise s'inscrit dans un environnement ». Pour le citoyen comme pour l'entreprise, il s'agit d'un enjeu de survie. Les risques climatiques sont aussi des risques économiques : rester compétitifs et répondre aux besoins du marché, attirer des talents et des investisseurs, gagner des appels d'offres et choisir ses fournisseurs, tous les pans de l'entreprise sont concernés. La peur est admise et comprise : « Parfois, c'est toute une façon de travailler qui est remise en cause ».

LE DÉFI EST GRAND

Le défi est grand mais les forces sont nombreuses car la solution sera collective. Le climat nous rappelle que nous sommes les maillons d'une même chaîne, « mon scope 1 et 2 est le scope 3 de mon acheteur ». En étudiant notre empreinte environnementale, on reconsidère l'interdépendance, on redevient « partie prenante d'un tout », on repense collectif. « C'est toute la chaîne économique qui doit se transformer en même temps ». Le chemin doit donc se faire en s'appuyant sur les entreprises qui s'engagent et qui ouvrent la voie. C'est la raison d'être de la communauté du Coq Vert qui en un an compte 500 membres et plus de 60 éclaireurs qui partagent leurs idées, leurs solutions, leurs convictions. Car il en faut, des idées, pour faire rimer performance et écologie. L'innovation sera donc une des clefs pour être à la hauteur : « être tech et être verts ».

LE DIALOGUE SE FAIT DÉJÀ

L'investissement a un coût, Bpifrance le sait et l'assume : « demain, les clients exigeront ce qu'ils refusent de payer aujourd'hui. Nous sommes là pour amortir ces chocs de marges. Nous avons la capacité d'interroger, de guider et de soutenir les chefs d'entreprises ». Le Réseau a établi les connexions et le dialogue se fait déjà ; les outils d'accompagnement entraînent ceux qui ne savent pas encore par où commencer mais qui souhaitent s'engager.

SERVIR L'AVENIR

« La vision est englobante, la fierté, collective », soutient Anne. En raisonnant climat, on résonne en tant que salarié, citoyen, sujet, « nous sommes dans notre humanité ». Chez Bpifrance aussi, la transition environnementale est en route : « la valeur d'exemplarité est fondamentale, c'est le terreau de notre légitimité ». Alors réunissons nos forces pour continuer à tenir notre promesse, celle de servir l'avenir.

INNOVER POUR SERVIR L'AVENIR

ÉMILIE GARCIA

Responsable Domaine Ecotech, Bpifrance

MAGALI CAUET

Chargée de mission Deeptech, Bpifrance

NUL NE PEUT IGNORER LES ENJEUX ÉCOLOGIQUES MAJEURS AUXQUELS NOUS DEVONS FAIRE FACE AUJOURD'HUI.

Réduction des déchets, remplacement des énergies fossiles, ou encore meilleure gestion de nos ressources en eau, pour ne citer qu'eux. Ces nombreux défis sont de plus en plus urgents à relever, et fort heureusement les entrepreneurs de la greentech sont aussi de plus en plus nombreux à y répondre – innovant sans cesse pour accélérer la transition énergétique et écologique et repenser nos modes de vie.

AU FAIT, QU'EST-CE QUE LA GREENTECH ?

Il s'agit d'une startup ou d'une PME qui propose des solutions innovantes en faveur de la transition énergétique et écologique

autour de 6 verticales :

- Chimie verte
- Environnement
- Nouvelles énergies
- Mobilité propre
- Agriculture et agroalimentaire
- Construction durable

Une priorité pour Bpifrance, banque du climat, qui décline son Plan Climat avec un volet greentech et prévoit des investissements dans la filière à hauteur de 300 millions d'euros. En 2020, c'est 360 startups greentech qui ont bénéficié des dispositifs Bpifrance, à hauteur de 73 millions d'euros de financements et 45,2 millions d'euros d'investissement.

Les équipes de l'Innovation sont à la pointe : on étudie le portefeuille, on l'analyse, on passe les tendances au peigne fin et on accélère. L'objectif ?

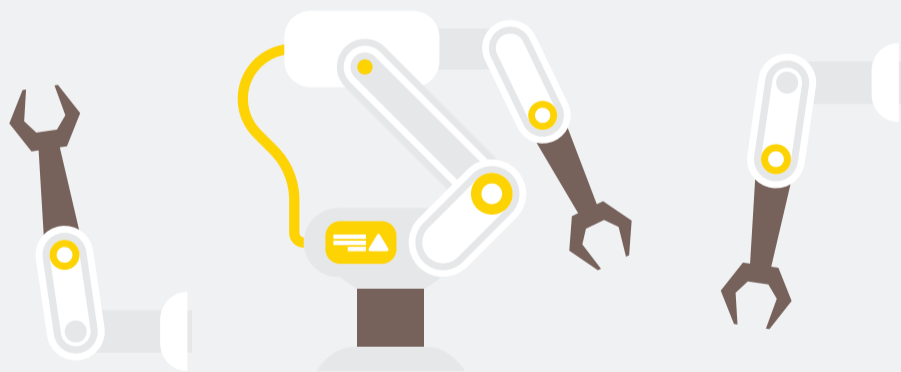
Soutenir des technologies déjà existantes en se basant sur différents critères comme l'impact sur la transition énergétique et écologique (TEE), la maturité technologique, le potentiel du marché ou encore la maturité de l'écosystème. Sur 18 thématiques greentech, 2 ont été identifiées comme présentant un fort potentiel de développement et renforcement de l'écosystème: les protéines du futur et la chimie durable. Un premier cycle d'accélération pour les protéines du futur est en

cours avec la prochaine publication et cosignature d'un livre blanc où les acteurs de l'écosystème s'engagent à prendre des actions concrètes en faveur des startups. Innover pour servir l'avenir, le chemin est clair.

LES ÉQUIPES DE L'INNOVATION SONT À LA POINTE

SORTIE DU LIVRE BLANC « PROTÉINES DU FUTUR »

Rendez-vous le 18 octobre 2021.



Au travers des rencontres avec les acteurs de l'écosystème et notamment d'entretiens avec près de 40 startups, ce livre décrypte les défis de demain à relever pour la filière des protéines du futur : défi technique et industriel, réglementaire, financier mais aussi sociétal.

Construit avec l'ensemble de l'écosystème des protéines du futur et cosigné par une douzaine de partenaires, il cartographie également les acteurs et leurs enjeux respectifs. Enfin, il s'attache à délivrer des recommandations d'actions concrètes à mener pour permettre l'émergence d'une filière structurée autour des protéines du futur.

MAINTENANT, EN AVANT !

GUILLAUME MORTELIER

Directeur exécutif Accompagnement, Bpifrance

L'innovation et la conquête marchent sur le même chemin, vers l'avant et les frontières repoussées. L'une et l'autre sont des forces tendues qui pointent une destination cible. Au-delà d'une lecture analytique, n'oublions pas leur portée symbolique. Guillaume Mortelier rééquilibre les charges, et nous parle de visée et de vision.

La mission était prométhéenne. Placer les hommes dans les cieux, à hauteur des dieux. Ce sera Youri Gagarine d'abord, puis Neil Armstrong. L'espace est sans frontières, mais les deux hommes emportent avec eux leur territoire et ses rêves de puissance. Premier vol dans l'espace, premier pas sur la lune, en apesanteur, on se mesure, on se défie : « l'affrontement se fait sur le champ symbolique ». Sur terre, le discours précède la prouesse technologique, et elle le légitime et le renforce en retour. Déshabilions l'Histoire de ses oripeaux guerriers, retenons son message, « la conquête est d'abord la construction d'un récit mobilisateur, avant d'être l'atteinte d'un objectif ».

Alors, chez Bpifrance on donne aux entrepreneurs les moyens d'innover et de penser. On y va, on fonce mais jamais tête baissée. « Compréhension des enjeux, identification des opportunités, hiérarchisation des priorités, connexion avec des pairs... ». On réduit l'imprévisibilité, on cal-

cule les risques, l'inconnu fait moins peur lorsqu'on s'y lance équipé : on ne perd pas ses moyens, on en gagne. « Numérisez ! », « Décarbonez ! » : « la multiplication des injonctions » pourrait nous démunir, nous désarçonner ? On s'écarte du bruit croissant de l'innovation, on accepte de ne pouvoir être sur tous les fronts, on apprend à savoir où donner de la tête. On ne recule pas, on prend du recul : le repli est une stratégie pour mieux se déployer. « En selle, maintenant en avant ! ».

« Choisir sa conquête », c'est aussi reconsidérer le champ des possibles. « Pelle et pioche de l'innovation », le numérique facilite le dialogue avec les clients, permet l'analyse de données et l'anticipation des attentes. Mais il faut l'emmener plus loin, dans les process qui favorisent « l'efficacité économique et environnementale », c'est l'industrie du futur. Alors on s'appuie sur l'existant, on inscrit le passé dans le présent, on le prolonge. On re-design un produit, il devient réutilisable, recyclable, compostable. « La conquête est aussi sociétale » : on réfléchit sur les usages, la façon d'embarquer les parties prenantes. La matière à rêver est déjà là, il y a de l'innovation dans la réinvention.

L'envie, son récit, ses outils. La confiance fait le lien entre tous. La crise a fait sauter les derniers verrous psychologiques. L'urgence a levé tous les doutes, les

entrepreneurs ont démontré « leur capacité à faire, dans des temps très courts ». En s'aventurant dans l'impossible, ils ont démontré la valeur de leur possible, arme de conviction massive : les pouvoirs publics et les consommateurs ont salué et soutenu l'effort. French Fabbers, vous pouvez être fiers ! La tête haute, nous regardons l'horizon. L'entreprise est bien humaine.

LA CONQUÊTE EST AUSSI SOCIÉTALE

L'INNOVATION AU CŒUR DE LA FRENCH FAB, LA PREUVE PAR TROIS

- 1 La conteuse électronique de Lunni, c'est la parfaite illustration d'une innovation dans les usages. Pas de prouesse technologique dans cet outil semblable à un transistor, son succès repose dans son principe : l'enfant peut fabriquer en toute autonomie son histoire.
- 2 Spécialisée dans la conception de machines sur mesure pour l'industrie, l'entreprise rhodanienne MGA Technologies a lancé une toute nouvelle chaîne de production durant la période Covid avec un collectif d'entreprises de la région pour produire des filtres de respirateurs et ainsi répondre à la demande des hôpitaux. Un pari gagnant.
- 3 La réflexion est une succession d'étapes. En Vendée, les Meubles Gautier ont fait le tour des questions : « le client veut du Made In France ? Cela tombe bien, nous pensons, concevons et fabriquons en Vendée depuis 60 ans. Devons-nous créer une nouvelle signature ? Inutile, nous avons déjà notre marque en propre. Le client veut du choix ? Offrons-lui du sur-mesure. Mais comment rester compétitif ? En travaillant à partir de stocks standardisés. Mais comment faire ? En adaptant nos process industriels. »

RÊVER

BPIFRANCE SOUTIEN LES INDUSTRIES CULTURELLES ET CRÉATIVES, SOUS L'ÉTENDARD DU COQ ORANGE DE LA FRENCH TOUCH. C'est pourquoi cette année à Big, tout au long de la journée, artistes, danseurs et musiciens réalisent des performances étonnantes sur les différents espaces de contenus de l'événement. Le spectacle vivant est à l'honneur!

Big

DE L'AIR ! POUR UNE MONDIALISATION QUI RESPIRE ET INSPIRE

DOMINIQUE MOCKLY

Président et Directeur Général, Teréga
Auteur de « La Mondialisation décompressée »,
éditions Débats publics, mars 2021

LA RÉALITÉ, CE BOCAL. ON S'Y PRÉCIPITE, ON S'Y AGITE.

LE MONDE EST VASTE ? SA MISE EN MOUVEMENT L'A RÉDUIT À QUELQUES CENTRES. ON S'Y RASSEMBLE, ON S'Y AGGLOMÈRE. LA MISE EN COMMUN DES INTELLIGENCES ET DES MOYENS COMME CONDITION DE LA CRÉATION DE VALEUR.

Mais voilà que la pression monte, les chiffres s'affolent, on entre dans l'ère des préfixes : superpuissance, mégapoles, surpopulation, hyperconsommation, méga-feux... Dans ce vase clos, on sature, la colère gonfle, la rue manifeste, la terre s'épuise, et sur les océans, des énergies du désespoir rêvent de richesses sur des canots de fortune. Il faut sortir du tumulte, privilégier les flots qui portent à la vague qui emporte, désaturer pour ne plus se cogner. Il est urgent de décompresser.

Mais comment augmenter le volume des corps sans changer de bocal ? Jeff Bezos et Elon Musk s'occupent de trouver un autre espace. Nous, humains, pouvons nous appuyer sur le digital pour

nous déconcentrer. Être ici et ailleurs, passer d'un fuseau horaire à l'autre, nous affranchir des contraintes géographiques. Les connexions sont déjà là, toujours plus rapides, la transition est facile, les outils à portée de main, compréhensibles par tous. « Chez Teréga, nous avons pris une longueur d'avance, transité vers le cloud, imaginé une autre façon de commercialiser nos produits. Et les clients nous ont suivis ! »

Redéployer les molécules, c'est aussi réinvestir des espaces, sortir d'un confinement qui n'a rien de sanitaire mais qui étouffe tout autant. La vision étatique circonscrit et restreint le point de netteté à une capitale et à quelques filières. Et si nous changions de focale ? Et si nous passions au grand-angle, pour considérer non plus un territoire mais le territoire, pour saisir toutes les énergies, à tous les échelons ? On peut être local et fort, les mains dans le cambouis et la tête dans les étoiles. Dans les régions, les entreprises animent, attirent, retiennent, encaissent. La résilience est d'abord un phénomène physique (n.f capacité d'un matériau à absorber un choc), encourageons la flexibilité et la polyvalence si nous voulons résister et persister.

**ET SI
NOUS CHANGIONS
DE FOCALÉ ?**

**L'OPTIMISME
PORTE
LA CONQUÊTE**

L'optimisme porte la conquête, lui donne son souffle. S'imaginer, se projeter, oser, rêver d'un futur désirable, plus vertueux, voilà qui donne de l'enthousiasme et de l'ambition. Demain est un ailleurs à explorer et à inventer. N'attendons pas, la décompression, c'est la détente des contraintes et pas celle des envies. La crise que nous venons de traverser ? Quelle formidable

opportunité pour changer d'échelle et atteindre cet état de stabilité à laquelle tend chaque entité chimique !

TOUS EN RÊVE GÉNÉRAL

JÉRÉMY CLÉDAT

Cofondateur, Welcome to the Jungle

AVEC UN MILLION D'UTILISATEURS PAR MOIS, WELCOME TO THE JUNGLE SEMBLE AVOIR RÉUSSI SON PARI EN DÉPOUSSIÉRANT LE MARCHÉ DE L'OFFRE D'EMPLOIS. À LA TÊTE DE LA PLATEFORME DE RECRUTEMENT ET DE CRÉATION DE CONTENUS, JÉRÉMY CLÉDAT REVIENT SUR SES RÊVES D'ADOLESCENT DEVENU ENTREPRENEUR.

1 LEVER DES FONDS, VOUS EN RÊVIEZ QUELQUES ANNÉES EN ARRIÈRE ?

Honnêtement, non. Quand on a monté Welcome to the Jungle, c'était dans le but de créer une vraie expérience candidat. Pas pour lever des fonds. D'ailleurs, on n'avait même pas rédigé de business plan ou d'analyses chiffrées. On a suivi notre intuition, en espérant que la réponse qu'on apporterait serait adaptée.

2 QUAND IL ÉTAIT PETIT, À QUOI RÊVAIT JÉRÉMY ?

De créer des effets spéciaux pour Star Wars ! Et entre nous, je rêve toujours de ça en secret. Mais je crois que j'ai pris du retard, alors j'ai mis ce rêve de côté parce qu'il faut bien gagner sa vie ! À côté de ça, j'aime beaucoup l'architecture et la décoration d'intérieur. D'ailleurs, depuis que la boîte a grandi, j'ai la chance de pouvoir me pencher sur ces sujets d'aménagement de nos bureaux à Paris, à Prague ou à Barcelone.

3 ET DEPUIS QUE VOUS ÊTES « GRAND » ?

Aujourd'hui, je rêve de pouvoir continuer à développer Welcome to the Jungle en pérennisant le modèle. Et dans un second temps, j'aimerais créer une structure à but non lucratif, une fondation par exemple. Je pourrai mener une réflexion sur des sujets auxquels on ne peut pas s'intéresser au quotidien, faute de temps et de moyens, comme la formation initiale ou supérieure.

4 VOUS PENSEZ POUVOIR DEVINER À QUOI RÊVENT VOS ÉQUIPES ?

Que nos projets se réalisent ? (Irires). Plus sérieusement, je reste persuadé que beaucoup d'entre eux rêvent d'international. C'est un sujet qui les anime, la mobilité, l'opportunité de travailler avec des nationalités différentes... Mais il faudrait leur poser la question !

5 ET SINON, UN ENTREPRENEUR ÇA A DES RÊVES FOUS ?

C'est difficile d'avoir le temps de rêver avec un quotidien aussi prenant ! Et rêver de chiffres, de taille d'entreprise, de nombre de salariés, ce n'est pas du tout mon truc. Ça peut être l'arbre qui cache la forêt. Je me suis fixé comme objectif de construire une entreprise pérenne qui survivra à ses fondateurs. On a créé Welcome à deux, avec de vraies valeurs communes. J'espère que dans dix ans, nos liens et notre vision n'auront pas changé.

**LA FRANCE
A TROP PEUR DE
LA CONCURRENCE
ET POURTANT,
LA CONCURRENCE
EST SOUVENT
SOURCE
DE CONQUÊTE**

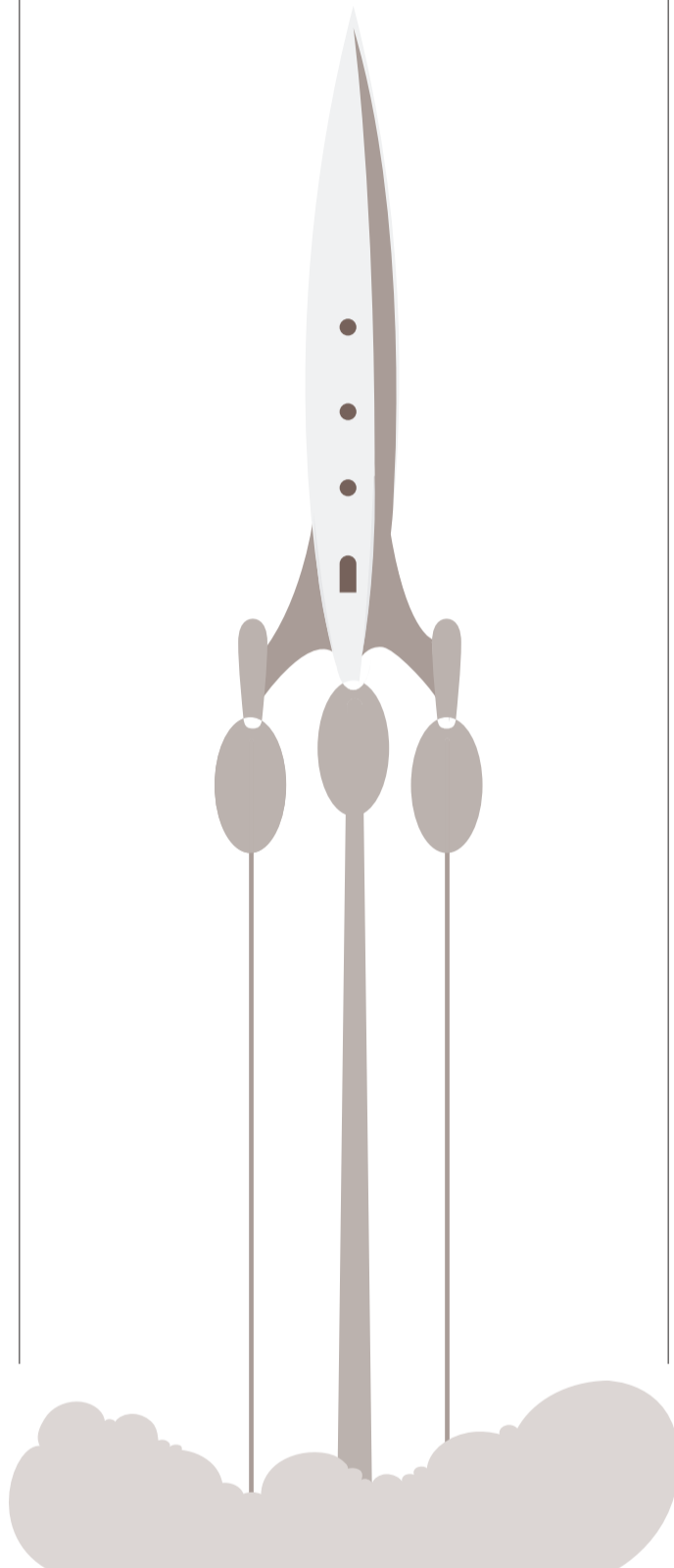
Jérôme Seydoux
Coprésident, Pathé

**CONQUÉRIR
C'EST GRANDIR :
J'AIME BEAUCOUP
LA FORMULE.
BEAUCOUP
D'ENTREPRENEURS
TROUVERONT
DANS CE MOT D'ORDRE
UNE MOTIVATION
SUPPLÉMENTAIRE
POUR ALLER DE
L'AVANT, ET REPOUSSER
LES LIMITES DE
LEUR ENTREPRISE**

François-Henri Pinault
Chairman et CEO, Kering

**CONQUÉRIR POUR
MOI, C'EST SE DONNER
LES MOYENS D'ALLER
CHERCHER SES RÊVES**

Mory Sacko
Chef cuisinier



**MA CONQUÊTE À MOI,
C'EST UN COMBAT QUOTIDIEN
POUR NE JAMAIS BAISSER
LA GARDE**

Alexandra de la Fontaine
CEO, Ludocare

**ENTREPRENDRE,
C'EST ASSOUVIR
CE DÉSIR PRIMITIF
DE CONQUÊTE
ET D'AVENTURE**

Adrien Laurentin
CEO, Mercateam

**LE PLUS GRAND
ÉCHEC EST
DE NE PAS AVOIR
LE COURAGE
D'OSER**

Malia Metella
Vice-championne olympique de natation, membre de l'équipe Défi Titicaca

bpifrance
SERVIR L'AVENIR



LA BOUTIQUE
DE BPIFRANCE

**ICI, SUR LA BIG BOUTIQUE,
ON MISE TOUT SUR LE
SAVOIR-FAIRE FRANÇAIS
ET VOUS ?**

Rendez-vous sur bigboutique.bpifrance.fr

ACCÉLÉRER

LE DÉCRYPTAGE ÉCO

BAPTISTE THORNARY

Responsable du pôle Évaluation, Conjoncture, Macroéconomie, Risque Pays, Bpifrance

Après une première partie de l'année encore freinée par les contraintes sanitaires, l'économie est repartie de l'avant avec la réouverture des secteurs les plus exposés au risque sanitaire (restauration, culture, transports...). Si l'épidémie est toujours active en cette fin d'été, la vaccination se révèle bel et bien un bouclier efficace pour limiter le risque sanitaire et donc de re-confinement.

Dans cette perspective, les dernières prévisions de l'INSEE tablent sur un net redressement de l'activité économique sur l'année 2021, qui reprendrait 6% au total après avoir baissé de 8% l'an passé. Si on se projette uniquement sur la situation attendue au dernier trimestre de l'année 2021, l'INSEE anticipe qu'il sera du même niveau qu'un trimestre « normal » d'activité avant la crise (2019). On est donc dans un scénario que peu auraient imaginé il y a encore un an après un tel choc, avec un retour à un niveau d'activité d'avant-crise dès fin 2021.

Cette reconquête rapide du terrain perdu s'illustre par la dynamique déjà visible au sein des entreprises. Ces dernières, de la TPE au grand groupe, ont fait preuve d'une très forte résilience et, appuyées par les moyens considérables de soutien et de relance mis en place par les pouvoirs publics, et par la mobilisation du secteur financier, ont réussi dans l'ensemble à reprendre rapidement le chemin de la croissance une fois que la situation sanitaire l'a permis. Un chiffre pour l'illustrer : l'investissement des entreprises françaises a dépassé dès le début de l'année 2021 son niveau d'avant-crise (il avait fallu attendre plus de 7 ans après la dernière crise financière).

La reprise ne sera pour autant pas un long fleuve tranquille, avec des secteurs encore aux prises avec les conséquences à plus ou moins long terme du risque sanitaire (une partie du transport, tourisme...), des problématiques apparues dans cette phase de relance (approvisionnement, matières premières) qui vont continuer de jouer au moins encore quelques mois, ou encore des défis liés aux transformations de l'économie, qui s'accroissent (digital, décarbonation). Autant d'enjeux sur le chemin de la reconquête des entreprises, qui peuvent d'ores et déjà s'appuyer sur une première phase de relance réussie.

LE CONTENU EST AU CŒUR DE BIG.

En une journée, ce sont 1000 intervenants dont 100 top speakers, mobilisés sur 400 ateliers et masterclass pour aborder les enjeux de demain et les tendances actuelles. Le Bang, L'Ampli, Le Big Média : les scènes sont aussi nombreuses que variées pour

s'inspirer de grands dirigeants et des entrepreneurs. L'événement est aussi une occasion unique de développer son business et son réseau, avec une Place des Rendez-vous 100% digitalisée. L'année dernière, 16 000 rendez-vous business ont été effectués!

Big

LE CAPITAL INVESTISSEMENT À LA CONQUÊTE DES FRANÇAIS

GORKA GONZALEZ

Responsable de l'activité retail, direction Fonds de fonds, Bpifrance

Tout est allé très vite. Depuis le lancement du fonds Bpifrance Entreprises 1 à Big le 1^{er} octobre 2020, 4 000 Français sont devenus souscripteurs. À cette occasion, l'annonce⁽¹⁾ de Bruno Le Maire, Ministre de l'Économie, des Finances et de la Relance sur la scène principale était de bon augure. La création de cette solution pour les particuliers, qui investit dans des entreprises non cotées via des fonds de capital investissement, a permis de donner aux Français un accès à cette classe d'actifs de façon innovante.

* Les performances passées et présentes ne préjugent pas des performances futures du fonds Bpifrance Entreprises 1. Le TRI mentionné à date dans le rapport de gestion du fonds Bpifrance Entreprises 1 au 30.06.2021, repris dans le présent article, ne constitue en aucun cas un engagement de la société de gestion concernant la performance finale qui sera effectivement réalisée par le fonds Bpifrance Entreprises 1 lors de sa fin de vie. La performance du fonds Bpifrance Entreprises 1 dépendra en grande partie du succès des fonds sous-jacents en portefeuille et des entreprises dans lesquelles ils sont investis. Le fonds Bpifrance Entreprises 1 ne fait l'objet d'aucune garantie en capital. Ainsi, les porteurs de parts du fonds Bpifrance Entreprises 1 sont exposés à un risque de perte en capital.

SUR LA CIBLE

Pour la première fois, Bpifrance s'est présenté et adressé à tous les Français, notamment via la campagne de communication « Français, liberté, égalité, investissez ».

SUR LA SOLUTION DIGITALE

Un canal direct pour investir dans l'économie de proximité, soit un tissu de 1500 entreprises issues du portefeuille des 145 fonds d'investissement partenaires de Bpifrance. Au total, 1500 particuliers sont devenus investisseurs en souscrivant en ligne.

À l'heure de souffler sa première bougie, dressons le bilan. L'enveloppe de 95 millions d'euros a été entièrement commercialisée 3 mois avant la fin de la période de souscription⁽²⁾. Les retombées médiatiques⁽³⁾ autour de ce nouveau fonds ont été nombreuses. On parle de 8 millions de personnes touchées et de plus de 100 000 visiteurs uniques sur le site internet. Le premier rapport de gestion envoyé fin août

aux investisseurs comprenait une première bonne nouvelle : une performance* de +43% au 30.06.2021 depuis le lancement du fonds le 01.10.2020.

Le succès de la commercialisation du produit a naturellement justifié sa reconduction avec, prochainement, la sortie d'un second millésime. Bpifrance Entreprises 2 capitalisera sur les atouts de son prédécesseur avec quelques innovations. Il sera plus accessible notamment via un ticket d'entrée plus bas, un tarif plus compétitif et une durée plus courte. L'objectif est clair et double pour Bpifrance : animer le marché du capital investissement en France, générateur de performances⁽⁴⁾ pour les investisseurs et créateur d'emplois pour la société, et inciter l'intégralité de l'écosystème, notamment les compagnies d'assurances et les banques, à s'emparer du modèle pour faire naître d'autres initiatives similaires. Avec le concours de tous les métiers de Bpifrance Investissement, désormais un tout nouveau métier a vu le jour : celui de tendre vers la démocratisation du capital investissement.

pas des performances futures d'un fonds de capital investissement.

Avec le concours de tous les métiers de Bpifrance Investissement, désormais un tout nouveau métier a vu le jour : celui de tendre vers la démocratisation du capital investissement.

La masterclass Big

« Le capital investissement à la conquête des Français » est à voir ou à revoir sur big.bpifrance.fr et la chaîne YouTube de Bpifrance.



LA MUSIQUE, À FOND !

SOPHIE CHRÉTIEN-KIMMEL
Fondatrice de Sonorium

ELLES ONT FAIT LE CHOIX D'ENTREPRENDRE POUR ACCÉLÉRER. DE S'ASSOCIER POUR ALLER PLUS LOIN. DE PRENDRE LE CONTRE-PIED D'UN MARCHÉ ÉTABLI EN PROPOSANT UN CONCEPT DE CRÉATION D'EXPÉRIENCES MUSICALES À L'HEURE OÙ LE STREAMING S'IMPOSE COMME LA MANIÈRE LA PLUS ÉVIDENTE DE CONSOMMER DE LA MUSIQUE.

En véritable conquérantes du sens, Sophie Chrétien-Kimmel et Mélanie Arrès imaginent des expériences musicales sur mesure, de celles qui laissent des traces et s'ancrent dans la mémoire. Parmi leurs terrains de jeu favoris, les lieux de culture, où la musique s'impose comme caisse de résonance aux autres formes d'art. Mais pas seulement, qui dit accélération dit conquête de nouveaux marchés ! Et celui du BtoB s'est révélé être propice pour une offre originale qui apprend à se lier intimement aux différentes problématiques que rencontrent les entreprises.

Avec la crise, nos entrepreneures ne ralentissent pas, mais bien au contraire, se réinventent ! La diversification est la clé de leur rebond. L'événementiel physique était leur cœur de métier, aujourd'hui il cède du terrain à d'autres types d'événements 100 % digitaux ou encore hybrides. Sophie nous explique : « L'objectif, c'est rentabiliser sur l'existant en l'améliorant en continu et en l'adaptant aux différentes problématiques. Ensuite, on accélère sur ce qui nous semble le plus pertinent au vu du nouveau contexte. Depuis cette crise, on aborde le marché complètement différemment ». Les modes de travail évoluent, les sujets de santé mentale deviennent centraux et Sophie aborde fièrement « la pause musicale relaxante et ré-énergisante. L'objectif : la détente en profondeur, la déconnexion. Et en seulement 10 minutes, le collaborateur a été emporté ailleurs pour repartir sur les chapeaux de roues. »

Quand on leur demande quelles sont les prochaines ambitions pour Sonorium, la réponse est claire et immédiate : « Pour accélérer, et ce surtout en contexte incertain, il faut être habile, jauger et savoir sur quel pied danser. Alors lorsqu'on voit évoluer les rythmes et modes de vie, surfer dessus devient essentiel ». On le sait, le télétravail permet aux entreprises de laisser plus de souplesse quant aux lieux de vie des collaborateurs. « Notre prochain challenge, c'est exporter le concept en région tout en gardant une qualité de service maximale. On ressent le besoin d'aller rencontrer plus de monde, pour faire grandir et évoluer l'expérience », énonce Sophie.

Le mot de la fin ? « La crise a fait ralentir l'économie, alors chez Sonorium on a mis la musique à fond et on a foncé. »

DES PARTENARIATS RÉGIONAUX REBOOSTÉS

MARIE ADELIN-PEIX
Directrice exécutive Partenariats Régionaux et Action Territoriale, Bpifrance

6 ANS APRÈS LA CRÉATION DE BPIFRANCE, LA DYNAMIQUE DES PARTENARIATS RÉGIONAUX ÉTAIT DÉJÀ TRÈS FORTE, MAIS LA CRISE SANITAIRE A EU UN EFFET BOOSTER SUR LA RELATION AVEC LES RÉGIONS, QUI A CHANGÉ D'ÉCHELLE.

« En quelques semaines, le Prêt Rebond est déployé pour soutenir la trésorerie des entreprises avec les Régions. » Avec 350 millions d'euros de dotations mobilisés par les Régions, l'ampleur de la réponse commune à la crise est historique : sur quelques mois, l'équivalent de près de 10 années de prêts régionaux ont été mis en place par Bpifrance, au profit de plus de 16 000 entreprises.

Les clés du succès ? D'une part, l'action commune entre Bpifrance et les Régions, qui repose sur un partenariat de long terme, éprouvé et à même d'intégrer de nouveaux champs d'action : « ensemble, nous sommes

parvenus à faire vite et bien, parce que nous travaillons depuis longtemps dans la confiance ». Et, d'autre part, l'articulation de l'efficacité du réseau de Bpifrance et de la simplicité d'un parcours *full digital* mis en place pour répondre à l'urgence. « Nous avons touché des clients que l'on n'adressait pas encore, notamment des TPE. Plus de 80 % des entreprises ayant sollicité le Prêt Rebond ont moins de 10 salariés ».

« Innovation, mobilisation du Réseau et co-construction » : les facteurs de croissance de la courbe ont été identifiés. Lorsque la vision est partagée, chacun connaît son rôle, les forces se complètent et permettent de démultiplier l'action commune. Fort de cette « nouvelle perception », on poursuit ce qui a fait dans la crise la preuve de son efficacité, on imagine ensemble « les outils de la relance ». Dès l'automne, ce sera donc le « Prêt Relance, doté par les Régions, pour financer un programme d'investissement ou renforcer sa trésorerie dans le cadre de la reprise de l'activité économique ». « Et en innovation, dans le cadre du PIA 4, un milliard d'euros d'aides financé à parts égales par l'État et les Régions ».

Bpifrance apporte son expertise, la force et l'expérience de son Réseau, les Régions orientent le dispositif vers les priorités de l'économie de leurs territoires, et les entreprises bénéficient d'un écosystème mobilisé. Un tandem gagnant et une belle reconnaissance.

BPIFRANCE APORTE LA FORCE ET L'EXPÉRIENCE DE SON RÉSEAU

68 200 projets financés depuis l'origine (depuis le début du partenariat)

16 500 entreprises financées par le Prêt Rebond

Plus de 1 Md€ de Prêts Rebond distribués

40 % des entreprises accélérées sont dans un Accélérateur régional ou territorial

Plus de 1 Md€ de Prêts garantis par an (adossés aux Fonds régionaux de garantie)

Plus de 1 000 entreprises financées en innovation par an (dans le cadre des Fonds régionaux d'innovation)

LA CONQUÊTE DES RELIEFS

CÉCILE SCHMOLLGRUBER
CEO, Stereolabs

Lecture du jeu, compréhension des enjeux, identification des espaces vides, détermination d'une trajectoire : l'enchaînement est rapide, précis, il mène droit au but. Extralucide, super-réactif, ultra-créatif, le prodige s'appelle Stereolabs. Avec lui, les machines sont entrées dans une autre dimension.

2009, les petits hommes bleus du film Avatar débarquent sur les écrans. Sur Pandora, l'aventure hallucinogène se vit en 3D. La technologie est encore imparfaite, le vertige et la confusion possibles. Sauf pour trois étudiants parisiens. Cécile Schmollgruber, Edwin Azzam et Olivier Braun ont un temps

d'avance. Les trois ingénieurs ont déjà créé un prototype d'endoscope 3D à l'occasion d'un projet d'étude. Ils sortent leur technologie des salles d'opérations et l'adaptent aux salles obscures. Cap à l'Est, dans des studios coréens. Très vite, l'appel des grands espaces.

2012, le far west. À Las Vegas, cachée au fond du Consumer Electronic Show, grande messe de la tech, la pépite française attire l'œil du réalisateur James Cameron. Le vrai, pas son avatar. Coup de projecteur, coup de pouce, coup de maître. La collaboration entre le producteur et les Français durera deux ans. Le succès ne grise pas : dans le monde de la 3D, ça va vite, l'innovation n'attend personne, même les plus brillants. Stereolabs passe du software au hardware et développe sa propre caméra 3D, réplique technologique du travail mené en commun par les yeux et le cerveau. La vision humaine est un travail d'orfèvre, son imitation une conquête jamais assouvie. À Paris, New-York, Hong-Kong, les équipes de Stereolabs captent toujours la lumière. Et nous donnent à voir la fiction devenue science.

BPIFRANCE ET LES RÉGIONS

Bpifrance développe en partenariat avec les régions une offre de financement adaptée aux spécificités territoriales *via* des outils communs, en particulier pour le financement de l'innovation (Fonds régionaux d'innovation) et l'accès au crédit des entreprises (Fonds régionaux de garantie), couvrant la plupart des besoins des entreprises en matière de création, d'innovation et de développement.

De plus, des fonds régionaux ou interrégionaux d'investissement ont été mis en place souvent au côté des régions pour faciliter l'accès des PME aux fonds propres. La mise en commun des moyens financiers entre Bpifrance et les régions permet d'accroître l'efficacité des interventions, au service du développement des territoires et de l'emploi.

Enfin, en matière d'accompagnement des entreprises, Bpifrance s'associe avec les régions pour le déploiement d'accélérateurs TPE, PME ou ETI.





LE PLEIN D'ÉNERGIE !

AMANDINE AUBERT
Dirigeante, EcoGreenEnergy

PARTONS À LA DÉCOUVERTE DE ECOGREENENERGY, FOURNISSEUR DE CHALEUR VERTE POUR LES INDUSTRIELS FRANÇAIS, QU'AMANDINE AUBERT DIRIGE DEPUIS 2008. INTRINSÈQUEMENT ENGAGÉE POUR LE CLIMAT, L'ENTREPRISE A NATURELLEMENT REJOINT LES RANGS DE LA COMMUNAUTÉ D'ENTREPRENEURS COQ VERT. RENCONTRE.

1 RECYCLAGE, DÉCARBONATION, COMPÉTITIVITÉ : TOUTS VOS MOTEURS SONT AU VERT ?

Je suis partie d'un constat simple : l'industrie porte l'image d'un secteur gourmand en énergie, alors qu'en réalité, elle est assise sur une mine de chaleur verte. Notre savoir-faire consiste à détecter des potentiels de récupération d'énergie thermique et d'assurer sa réutilisation. Notre rôle : leur montrer qu'il est possible de la récupérer en priorité pour la réaffecter pour leurs propres utilisations et processus ou de la valoriser et de la proposer sur des réseaux de chaleur urbains. L'économie est à la fois financière et environnementale : cette chaleur décarbonée vient donc remplacer l'énergie thermique fossile issue du gaz ou du fuel.

À travers l'Accélérateur Transition Énergétique et l'intégration de la communauté Les Excellence, nous avons trouvé ce soutien et cette ouverture :

L'ÉCHANGE ET LE PARTAGE DE VISION SONT ESSENTIELS.

C'EST IMPORTANT D'ÉCOUTER LES AUTRES ET DE SE NOURRIR DE LEUR EXPÉRIENCE !

2 VOUS FAITES PARTIE DES COMMUNAUTÉS LES EXCELLENCE, LES ACCÉLÉRÉS ET DU COQ VERT. QUE VOUS APPORTE CETTE ÉMULATION ENTRE ENTREPRENEURS ?

Depuis 13 ans, nous œuvrons pour décarboner l'industrie et aujourd'hui nous sommes en forte croissance. Cette accélération nous amène à nous restructurer et apporte son lot de nouveaux défis. À travers l'Accélérateur Transition Énergétique et l'intégration de la communauté Les Excellence, nous avons trouvé ce soutien et cette ouverture : l'échange et le partage de vision est essentiel. Enfin, par notre positionnement, rejoindre la communauté du Coq vert était un engagement plein de sens. Appartenir à une communauté d'entrepreneurs c'est aussi dénicher de nouvelles opportunités business : il y a plein de synergies à trouver et c'est ainsi que nous allons, avec un camarade Accélééré, travailler sur un projet de développement commun.

3 BIG EST LE PLUS GRAND RASSEMBLEMENT D'ENTREPRENEURS D'EUROPE. L'OCCASION DE S'INSPIRER ET DE FAIRE ÉMERGER UNE NOUVELLE CONQUÊTE BUSINESS ?

L'émulation qui s'en dégage est inspirante. On se rend compte qu'en France, il y a beaucoup d'énergies positives et de motivation à avancer, dans tous les domaines. C'est important d'écouter les autres et de se nourrir de leur expérience, on en ressort avec l'envie ! Notre conquête à nous, c'est d'augmenter la valeur ajoutée de notre proposition et faire comprendre à tous que la décarbonation est possible.

LE FEU QUI NOUS ANIME

DIDIER LATHUILLE
Dirigeant, Lathuille Hudry

Le 7 octobre, la nouvelle scène Feu de camp fait son apparition à Big. Installée sur la Plateforme Tribu, elle accueille des entrepreneurs des communautés de La French Tech, de La French Touch, du Coq vert et de La French Fab.

Parmi eux, Didier Lathuille, dirigeant de l'entreprise familiale Lathuille Hudry. Basée en Haute-Savoie, elle est spécialiste de l'usinage de pièces de mécanique de précision pour l'aéronautique, la défense et l'industrie. Au cours de son interview, il nous parle du feu qui l'anime.

VOUS ALLEZ INTERVENIR SUR LA SCÈNE OUVERTE «FEU DE CAMP», ET VOTRE ENTREPRISE SERA PRÉSENTE DANS L'ESPACE INNOVATION SUR LA PLATEFORME TRIBU. QU'EST-CE QUI A MOTIVÉ VOTRE PARTICIPATION ?

C'est le partage qui a motivé notre participation. Nous souhaitons partager avec les communautés et les personnes qui seront présentes, nos actions, qu'elles soient à destination de notre développement économique et technologique ou de la préservation de notre territoire.

* Le relamping, ou relampage, consiste à renouveler l'éclairage intérieur et extérieur des

VOUS ÊTES ÉCLAIREUR DE LA COMMUNAUTÉ DU COQ VERT. QUELLES SONT LES ACTIONS QUE VOUS PORTEZ ET VOS CONVICTIONS AU SUJET DE LA TRANSITION DES ENTREPRISES ?

En plus de mener de nombreuses actions au sein de notre entreprise (relamping*, plan de mobilité, permaculture...), nous sommes membre fondateur de l'association GREEN (Groupement pour la Responsabilité Environnementale des ENtreprises) dont la mission est de fédérer le plus grand nombre d'acteurs pour le développement durable du territoire. Nous sommes convaincus que l'entreprise est un acteur de premier plan pour changer les habitudes et déployer des processus vertueux sur le plan environnemental.

SELON VOUS, QUELLES SONT LES SYNERGIES POSSIBLES ENTRE LES DIFFÉRENTES COMMUNAUTÉS, COMME PAR EXEMPLE LA FRENCH FAB ET LE COQ VERT ?

Le point commun entre les communautés est l'innovation. Elle est au cœur de tous les mécanismes qui nous amènent à voir et à imaginer le monde de demain. Qu'il s'agisse de développer de nouveaux produits et procédés ou que ce soit pour réduire notre impact environnemental, nous avons besoin d'innovation.

CONQUÉRIR, C'EST GRANDIR. COMMENT S'ILLUSTRE CETTE FORMULE POUR VOUS ET VOTRE ENTREPRISE ?

Rien n'est jamais acquis et définitif. Il y a toujours la possibilité d'aller plus loin, de faire mieux et de découvrir de nouveaux horizons.

parties communes des bâtiments pour réaliser des économies d'énergie.

L'INNOVATION VERTE VA ASSURÉMENT PERMETTRE DE CROÎTRE ET DE PÉRENNISER L'ENTREPRISE EN FIDÉLISANT ET EN ATTIRANT DES TALENTS ET DES CLIENTS.

Yves Noïrot
CEO, Fonderies de Sougland

Chez RecycLivre, l'économie circulaire est une approche sociale et compétitive qui fonctionne. Au-delà d'offrir une seconde vie aux livres, notre ambition est de nous réinventer au quotidien pour donner satisfaction à nos clients et œuvrer pour la planète. Pour en savoir plus, rendez-vous sur la scène Feu de camp !

Anne Quillet
Responsable marketing et communication, RecycLivre



TOUS DERRIÈRE LE COQ BLEU

SOPHIE HANTRAYE
Rédactrice web, Bpifrance

Quand des Coqs Bleus s'immiscent dans la Cour d'honneur du Ministère de l'Économie, des Finances et de la Relance, La French Fab n'est jamais bien loin.

La scène se déroule le 7 octobre, en parallèle de Bpifrance inno génération : la tournée du French Fab Tour fait étape dans ce lieu emblématique. Avec l'UIMM (Union des industries et métiers de la métallurgie) et Bpifrance, l'industrie française se décline en animations, masterclass et *job datings* lors d'une journée événement destinée aux jeunes, au grand public et aux industriels.

Inauguré sur la place d'Armes à Metz le 13 septembre en présence d'Agnès Pannier-Runacher, ministre déléguée chargée de l'Industrie, le French Fab Tour installe son village dans 12 régions, pour 13 étapes, étalées sur près de 2 mois. L'objectif ? Faire rayonner l'industrie et montrer l'importance du secteur et l'attractivité de ses métiers aux jeunes générations. «Soyez curieux, regardez autour de vous, et dépassez les idées reçues sur l'industrie!», a déclaré la Ministre à son jeune public lors de l'inauguration.

Capacité d'innovation, dynamisme, vision : La French Fab accélère. Depuis son lancement en 2017, le nombre de French Fabeurs et d'ambassadeurs a doublé ! Ces derniers sont actifs dans toutes les régions pour fédérer les industriels, et montrent la voie de la transformation de l'industrie.

Une transformation qui se joue avec l'Industrie du Futur et l'innovation, portées entre autres par l'initiative Tech in Fab qui permet la mise en relation des industriels et des acteurs de la tech ; avec la transition énergétique et écologique, aujourd'hui dynamisée par la communauté du Coq vert dont plusieurs French Fabeurs font partie ; ou encore avec les jeunes, amenés à découvrir l'industrie et ses métiers à l'occasion du French Fab Tour. Autant d'initiatives qui font de La French Fab un moteur pour l'ensemble des industriels.

LES AMBITIONS DE LA FRENCH FAB



ACCÉLÉRER LA TRANSFORMATION DE L'INDUSTRIE EN FRANCE PAR LA DIFFUSION DES CONCEPTS ET TECHNOLOGIES DE L'INDUSTRIE DU FUTUR



METTRE EN RÉSEAU LES ÉNERGIES DES ACTEURS INDUSTRIELS FRANÇAIS



DONNER DE LA VISIBILITÉ ET DE LA FIERTÉ AUX ACTEURS QUI FONT L'INDUSTRIE FRANÇAISE AU QUOTIDIEN, À L'EXCELLENCE FRANÇAISE INDUSTRIELLE, EN FRANCE COMME À L'ÉTRANGER



INCARNER LE FUTUR PROSPÈRE DE L'INDUSTRIE FRANÇAISE ET L'ATTRACTIVITÉ DES MÉTIERS QUI LA COMPOSENT, DE LA FORMATION (INITIALE, PROFESSIONNELLE OU CONTINUE) À L'EMPLOI



INFORMER SUR L'OFFRE D'ACCOMPAGNEMENT PUBLIC POUR LES ACTIVITÉS INDUSTRIELLES EN FRANCE

L'INDUSTRIE EST LA COLONNE VERTÉBRALE DE L'ÉCONOMIE ET 70 000 POSTES SONT À POURVOIR AUJOURD'HUI.

Agnès Pannier-Runacher
Ministre déléguée chargée de l'Industrie, lors de la cérémonie d'inauguration du French Fab Tour à Metz, le 13 septembre 2021.

LA FRENCH FAB EST UN MOUVEMENT DE RECONNAISSANCE ET DE CONFIANCE DE LA QUALITÉ DE NOTRE INDUSTRIE.

Nicolas Dufourcq
Directeur général, Bpifrance

IL N'Y A PAS DE PAYS SOUVERAIN SANS INDUSTRIE PUISSANTE. LA RECONQUÊTE INDUSTRIELLE EST UNE PRIORITÉ.

Éric Trappier
Président, UIMM

CORAIL, LES DÉCHETS MIS À PIED

PAUL GUEDJ ET ALEXIS TROCCAZ
Cofondateurs, Corail

ON LES PENSAIT ARRIVÉS. CLASSE PRÉ-PA, EM LYON, CDI CHEZ L'ORÉAL. ON LES RETROUVE DÉSIREUX DE PRENDRE LEUR ENVOL. PAUL GUEDJ ET ALEXIS TROCCAZ ONT FRANCHI LE PAS. CORAIL, C'EST LEUR BOÎTE. À CHAUSSURES RECYCLÉES.

Remonter leur histoire comme on le ferait d'un filet. Les trouver en vacances à Marseille à la recherche d'un nouvel horizon. Ils ne prennent pas la mer, c'est la mer qui les prend. Du plastique « n'en veux-tu pas en voilà », des bouteilles « à l'amer » par centaines. Le vague à l'âme c'est pour plus tard : Paul et Alexis quittent le grand bleu et font le grand saut. Démission et direction le Comité des Pêches. Printemps 2019, la chaleur a emmêlé la chaîne alimentaire. Moins d'insectes, moins de poissons. Le plastique, lui, mord toujours à l'hameçon. Sur les réseaux, le projet, partagé, retient l'attention. La campagne de *crowdfunding* dépasse les attentes. Les conditions sont bonnes, on peut embarquer. Toutes les économies y passent. On se donne les moyens, on équipe les matelots.

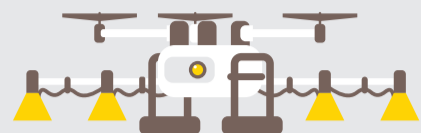
Le dispositif, « un filet à maille large », a été inventé par des pêcheurs bretons après le naufrage de l'Erika. Sur le port on fait le tri, le PET* transparent est broyé. Sa seconde vie débute en paillettes, se poursuit chez un partenaire où il devient fil de polyester prêt à être tissé. Du reste, « le PET de couleur et les bouchons », on fait des semelles. Assemblage au Portugal dans un atelier familial. On fait autrement, on fait mieux, on est bien dans ses baskets. Ça marche. La deuxième vie comme une conquête de sens.

* Le Polyéthylène Téréphthalate ou PET est le nom chimique du polyester, principal constituant des bouteilles en plastique.

EN CHIFFRES

ENTRE 400 ET 1 200 BASKETS CORAIL SONT VENDUES CHAQUE MOIS DEPUIS L'ÉTÉ 2019, CE SONT 4 TONNES DE PLASTIQUES QUI ONT ÉTÉ RÉCUPÉRÉES

GRANDIR



L'EXPORT FAIT VIVRE ! Il rayonne chaque année à Big grâce aux 6 campus internationaux avec des conférences sur des thématiques business par continent. Et pour y assister, plus de 1000 entrepreneurs d'Afrique et d'ailleurs se réunissent en délégations et font le déplacement pour représenter l'international à Big.



L'ŒIL DU LAB SE DOTER D'UNE RAISON D'ÊTRE, DEVENIR UNE SOCIÉTÉ À MISSION

BPIFRANCE LE LAB

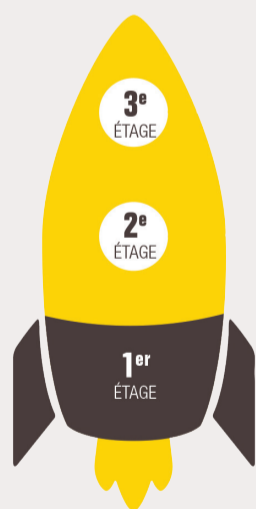
À toutes celles et tous ceux qui sont prêts à franchir le pas, à ceux qui restent hésitants, ainsi qu'à ceux qui ne sont que peu familiers de ces évolutions, nous disons que se doter d'une raison d'être, devenir une société à mission est un chemin engageant. S'embarquer dans ces dispositifs implique d'y consacrer du temps et de l'énergie. Et surtout d'en avoir envie. Mais leur entreprise en ressortira grandie et leurs équipes encore plus motivées.

La raison d'être est le thème du dernier guide pratique publié par Bpifrance Le Lab en juillet 2021, à destination des dirigeantes et dirigeants de PME-ETI. La loi relative à la croissance et la transformation des entreprises, dite loi Pacte, a consacré une innovation juridique en introduisant les notions de raison d'être et de société à mission dans le droit français. Généralement formulée de façon brève pour décrire l'ambition de l'entreprise, la raison d'être dépasse la dimension strictement économique et peut se focaliser sur des enjeux sociaux, sociétaux ou environnementaux. Quant à elle, la mission recouvre la raison d'être, ainsi que les objectifs venant la préciser et/ou la compléter. Ils sont également inscrits dans les statuts.

LA LOI PACTE, UNE FUSÉE À 3 ÉTAGES

**DISPOSITIONS
OPTIONNELLES
POUR
LES ENTREPRISES
VOLONTAIRES**

**OBLIGATOIRE
POUR
TOUTES LES
ENTREPRISES**



3^e ÉTAGE

Adopter la qualité de société à mission (décret n° 2020-1)

2^e ÉTAGE

Définir la raison d'être statutaire de l'entreprise (art.1835)

1^{er} ÉTAGE

Prendre en considération les enjeux sociaux et environnementaux dans la gestion de la société (art.1833, al.2)

La loi Pacte vient répondre à de nouvelles attentes vis-à-vis des entreprises. Elles apparaissent en effet comme des acteurs essentiels pour répondre aux enjeux sociaux et environnementaux.

Plus que de nouvelles contraintes, il faut voir cette évolution comme une opportunité et un outil pour lier économie et engagement sociétal. Travailler sa raison d'être ou sa mission, c'est :

1. Un facteur de confiance et de mobilisation des équipes
2. Une boussole stratégique
3. Un levier de visibilité et de communication
4. Un moyen de pérenniser la vision de l'entreprise

Avec notre qualité de société à mission, nous attirons beaucoup plus de candidatures qu'auparavant chez ceux qui souhaitent s'investir dans des projets ayant du sens à leurs yeux. Les gains de visibilité et d'attractivité sont déjà importants à notre échelle.

Jean-Pierre Cheval, Président du Groupe Cheval

Par ailleurs, cela assoit le statut et la légitimité du mandat du dirigeant, et explicite la fonction vis-à-vis de laquelle il devra rendre des comptes. Son rôle consistera à faire vivre la raison d'être de l'entreprise, à bâtir la stratégie pour la faire rayonner et à mobiliser autour d'elle les parties prenantes désignées.

COMMENT DÉFINIR LA RAISON D'ÊTRE ?

Définir sa raison d'être ou sa mission, c'est se lancer dans un projet collectif qui implique directement la direction : cela requiert du temps, une mobilisation interne et une appropriation personnelle du sujet par le dirigeant.

Anne-France Bonnet, Présidente de Nuova Vista

Plusieurs méthodes existent pour formaliser sa raison d'être ou engager son entreprise vers la qualité de société à mission. Dans la plupart de celles-ci, on retrouve 3 phases : le Recueil (établir l'inventaire des aspirations de l'entreprise), la Restitution (retracer la logique qui mène aux formulations recommandées), et enfin la Réalisation, rassemblées en un acronyme générique «3R».

Il n'y a plus qu'à faire vivre le projet !

EN QUELQUES CHIFFRES



56% des sociétés à mission sont aujourd'hui des PME ou des ETI
40% sont des micro-entreprises et
4% sont des grands groupes⁽¹⁾

15% des dirigeants de PME ont défini leur raison d'être statutaire ou se déclarent d'ores et déjà prêts à se lancer sur ce chantier⁽²⁾

⁽¹⁾ Données issues de l'Observatoire des sociétés à mission

⁽²⁾ Données Bpifrance Le Lab

L'UNION FAIT LA FORCE

PHILIPPINE LUCILLE

Responsable Animation des Marchés et Partenariats Bancaires, Bpifrance

Pour Bpifrance et ses partenaires bancaires, la période de Covid n'aura pas rimé avec distanciation sociale. Les banques l'ont confirmé lorsqu'elles ont massivement soutenu les prêts participatifs de relance et les prêts garantis par l'État (PGE) pour venir en aide aux entreprises en difficulté. S'il y a bel et bien une leçon à en tirer, c'est l'importance de la collaboration et la force de la complémentarité entre la marque jaune et ses alliés de toujours.

Mais d'où vient une telle synergie ? « D'un côté, elle vient de notre savoir-faire et de nos outils digitaux, de l'autre de l'expertise et de la densité des réseaux de nos partenaires bancaires », affirme Philippine Lucille. Si banque publique et banques privées offrent des visions et des métiers bien différents, ils n'en sont pas moins complémentaires. C'est pourquoi Bpifrance s'est donné pour mission de redéfinir et d'approfondir sa relation avec ses confrères en travaillant avec eux, main dans la main.

L'aventure commence donc par la création d'un Club Banques qui rassemble les partenaires bancaires autour des enjeux du monde de demain. À quoi ressemblera le tourisme dans 20 ans ? Comment financer l'innovation ? Pour répondre à ces problématiques cruciales, l'union fait la force ! Réfléchir ensemble permet d'avancer, d'éviter les erreurs, de gagner en agilité.

Après le temps de la réflexion vient celui de l'action, dont la première a été de mettre à jour les outils techniques de Bpifrance. Comme un rapport sain repose toujours sur la simplicité, l'offre a été rendue plus lisible et plus accessible. C'est ainsi qu'est née la banque en ligne BEL Partenaires, un portail digital contenant toutes les informations, produits et services proposés aux banques. Certains partenaires ont même participé à l'élaboration de l'interface pour s'assurer de son intuitivité et de son efficacité : seul un outil conçu par et pour les banques peut répondre précisément à leurs attentes.

Et pour aller plus loin, le Club Banques possède aussi sa newsletter mensuelle. Grâce au concours des collaborateurs des 50 implantations régionales de Bpifrance, elle prend une nouvelle dimension : personnalisée localement, elle s'adapte à chaque interlocuteur dans chaque territoire.

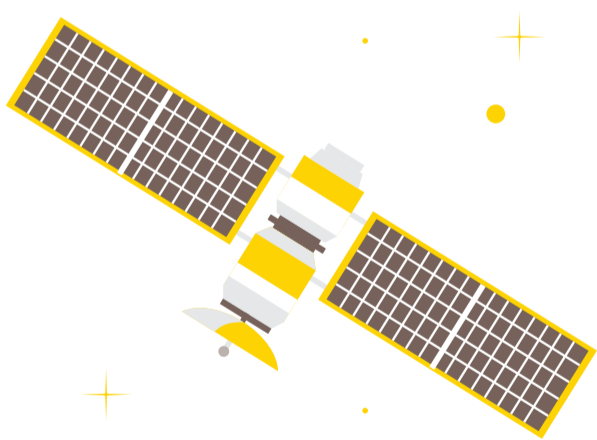
Complémentarité, collaboration et synergie sont les maîtres-mots de la relation de Bpifrance avec ses partenaires bancaires. Pour grandir ensemble, il faut travailler de concert.



LES BIG MOTS-CACHÉS

Les 3 premiers mots que tu découvriras dans cette grille donneront le ton de ton aventure à Big !

I	C	C	O	M	M	U	N	A	U	T	E	S	B
R	L	M	M	A	S	T	E	R	C	L	A	S	S
B	I	M	O	B	U	S	I	N	E	S	S	H	C
G	M	N	U	F	O	N	M	I	U	P	Z	H	Q
A	A	E	S	C	A	M	P	U	S	K	D	U	R
I	T	T	V	X	C	O	N	Q	U	E	R	I	R
N	S	W	V	B	D	W	V	D	P	K	Q	U	K
D	U	O	Y	A	Z	O	E	V	Y	S	A	J	T
U	R	R	B	N	X	C	A	M	P	L	I	H	D
S	P	K	W	G	Z	W	T	W	X	K	C	S	N
T	R	I	T	B	A	Y	W	H	N	D	N	H	E
R	I	N	B	I	N	N	O	V	A	T	I	O	N
I	S	G	C	R	E	A	T	I	O	N	N	Z	E
E	E	I	N	S	P	I	R	A	T	I	O	N	Q



ÉDITEUR

Bpifrance – 27-31 avenue du Général Leclerc, 94710 Maisons-Alfort Cedex – RCS Créteil 320 252 489 – Date de fin de tirage d'impression : Octobre 2021

IMPRIMEUR

STIPA S.A.S – 8 rue des Lilas, 93189 Montreuil Cedex

DIRECTION ARTISTIQUE

Anne Denastas, Studio Anne Denastas
www.annedenastas.com ;
Quentin Williaume (Bpifrance)

DIRECTEUR DE PUBLICATION

Patrice Bégay (Bpifrance)

RESPONSABLE DE LA RÉDACTION

Cynthia Charaudeau (Bpifrance)

CONTRIBUTEURS

Clémence Mignon, Célia Maurance, Marilou Bernardet, Valérie Verrecchia, Magali Poitout (Bpifrance) ;
Juliette de Sarnez, Simon Wattlelet, Pauline Soudanne (Résonance)

Cet exemplaire ne peut être vendu.
Ne pas jeter sur la voie publique.
N° ISBN : 978-2-9578700-1-1.

Le Code de la propriété intellectuelle et artistique n'autorisant, aux termes des alinéas 2 et 3 de l'article L.122-5, d'une part, que les « copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective » et, d'autre part, que les analyses et les courtes citations dans un but d'exemple et d'illustration, « toute représentation ou reproduction intégrale, ou partielle, faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause, est illicite » [alinéa 1er de l'article L. 122-4].

Cette représentation ou reproduction, par quelque procédé que ce soit, constituerait donc une contrefaçon sanctionnée par les articles 425 et suivants du Code pénal.

L'HOROSCOPE BPIFRANCE



BÉLIER

21 MARS AU 20 AVRIL

Tu as le goût du risque et tu n'as pas peur de faire le grand saut ! Ce mois-ci, ose aller au-delà des frontières : cette philosophie t'ouvrira toutes les portes.



TAUREAU

21 AVRIL AU 21 MAI

La tête dans les étoiles, tu ne t'arrêtes jamais de rêver. Après Thomas Pesquet, tu seras le prochain à partir à la conquête du monde et de tes rêves d'entreprises.



GÉMEAUX

22 MAI AU 21 JUIN

Envie d'innover ? C'est le moment de te lancer ! Et quel meilleur endroit pour le faire que Big ?



CANCER

22 JUIN AU 22 JUILLET

Sensible et attentif à ton entourage, tu n'as de cesse d'aider ceux que tu aimes. Ce mois-ci, il est temps de penser à toi et de mettre en marche ton projet professionnel !



LION

23 JUILLET AU 22 AOÛT

Toujours à 100 à l'heure dans tous tes projets, tu ne t'arrêtes jamais d'accélérer jusqu'à accomplir tous tes objectifs !



VIERGE

23 AOÛT AU 22 SEPTEMBRE

Tu as la fibre managériale : continue à faire grandir les membres de ton équipe, ils te le rendront bien.



BALANCE

23 SEPTEMBRE AU 22 OCTOBRE

Rappelle-toi de ta dernière réussite et pense à ce que sera ta prochaine conquête professionnelle. Le positif attire le positif !



SCORPION

23 OCTOBRE AU 22 NOVEMBRE

Grâce à ta grande force de caractère, tu ne te laisses jamais abattre après un échec. Avancer coûte que coûte, c'est ton atout pour servir l'avenir !



SAGITTAIRE

23 NOVEMBRE AU 21 DÉCEMBRE

Bang, Big Média, Ampli... Pourquoi choisir ? Cette année, tu prendras la liberté de profiter de TOUS les espaces de Big. Bonne visite !



CAPRICORNE

22 DÉCEMBRE AU 20 JANVIER

Révèle l'entrepreneur qui sommeille en toi et viens célébrer toutes les énergies créatrices à Bpifrance inno génération. Rends-toi sur la Place du Village pour découvrir la Fabrique à Entreprendre et ses réseaux d'accompagnement.



VERSEAU

21 JANVIER AU 19 FÉVRIER

Tu fuis l'ennui et tu es assoiffé de nouvelles aventures. Ce mois-ci, lance-toi à la conquête de tout ce que tu as toujours rêvé de découvrir.



POISSONS

20 FÉVRIER AU 20 MARS

Tu souhaites développer ton business et ton réseau ? Big, c'est 16 000 mises en relation en 24 heures, alors réserve vite ton créneau sur la Place des Rendez-vous digitale !

ENTREPRENEURS,



**CONQUÉRIR
C'EST GRANDIR**



bpi**france** inno generation

7 OCTOBRE 2021
ACCOR ARENA - PARIS

#BIG2021
BPIFRANCE.FR