

W O
M E N
E Q U
I T Y



11^{ème}

*Palmarès
National*

PME DE CROISSANCE EN FRANCE

Les Echos
PLANETE

**Des solutions
économiques
face au défi
environnemental**

**La planète Terre s'est formée
il y a 4,54 milliards d'années environ.**

**Aujourd'hui, nous produisons
43 milliards de tonnes de CO₂ par an
et nous épuisons les ressources
de la planète en à peine 7 mois.**

Notre modèle de développement doit se réinventer.

**Pourtant, des solutions existent déjà pour
promouvoir une économie plus responsable.**

**De nombreux esprits engagés se mobilisent
pour inventer un avenir durable
et convaincre de l'urgence à agir :
nouvelles technologies, nouveaux usages, nouvelles idées.**

**Pour tous ceux qui sont du côté des solutions,
il existe déjà un magazine digital.**

Les Echos
PLANETE

Retrouvez votre magazine digital
planete.lesechos.fr



ÉDITO

Pour sa onzième édition, le Palmarès Women Equity a considéré plus de 25.000 PME et ETI sur tout le territoire, disposant de chiffres d'affaires compris entre 4 et 150 M€ sur l'une des années de référence. Les entreprises dirigées par des femmes y ont été documentées afin de valider leur éligibilité, confirmer leurs performances, comprendre et partager leurs histoires entrepreneuriales, et de proche en proche, aboutir à la sélection des 50 meilleures performances du Palmarès 2020.

Nous vous invitons à découvrir ces lauréates qui, bien sûr, affichent des résultats remarquables en 2019, raison de leur intégration au Palmarès, mais qui surtout se donnent les moyens de structurer leur croissance future en travaillant leurs marges et en accroissant leurs effectifs en 2020. Du point de vue opérationnel, nous constatons une accélération de la digitalisation de leurs activités, l'intégration concrète de la transition énergétique à leurs stratégies, le tout en reposant avec acuité la question de leur responsabilité d'entreprise, et surtout, en jouant le jeu de l'intérêt général. Apprenons à mieux les connaître et facilitons leur transformation en champions de leurs secteurs pour renouer avec une croissance soutenable.

Dunya Bouhacene

Présidente de Women Equity Partners

FEMMES ENTREPRENEURES

#ConnectHers

by  BNP PARIBAS

**LE PROGRAMME POUR ACCÉLÉRER
LE DÉVELOPPEMENT DE VOTRE ENTREPRISE**

RESTONS CONNECTÉ.E.S*

#ConnectHers by BNP Paribas sur 

* Coût de connexion selon fournisseur d'accès à Internet.




BNP PARIBAS

La banque d'un monde qui change

Sommaire

ÉLÉMENTS DE CONTEXTE.....	7
PALMARÈS WOMEN EQUITY 2020.....	13
PORTRAITS D'ENTREPRISES.....	17
À PROPOS.....	68



**Chaque jour,
des informations
que les autres
n'auront pas.**

100% de l'info locale.

france
bleu

Éléments de
CONTEXTE

MÉTHODOLOGIE DES INDEX WOMEN EQUITY

Depuis 2010, Women Equity est à l'initiative du premier Index comparant les performances financières des PME et ETI françaises, selon qu'elles aient, ou non, des femmes à leur tête.

Les données fiabilisées de plusieurs dizaines de milliers d'entreprises disposant d'un CA compris entre 4 et 150 M€ sur l'une des trois années considérées sont ainsi analysées annuellement.

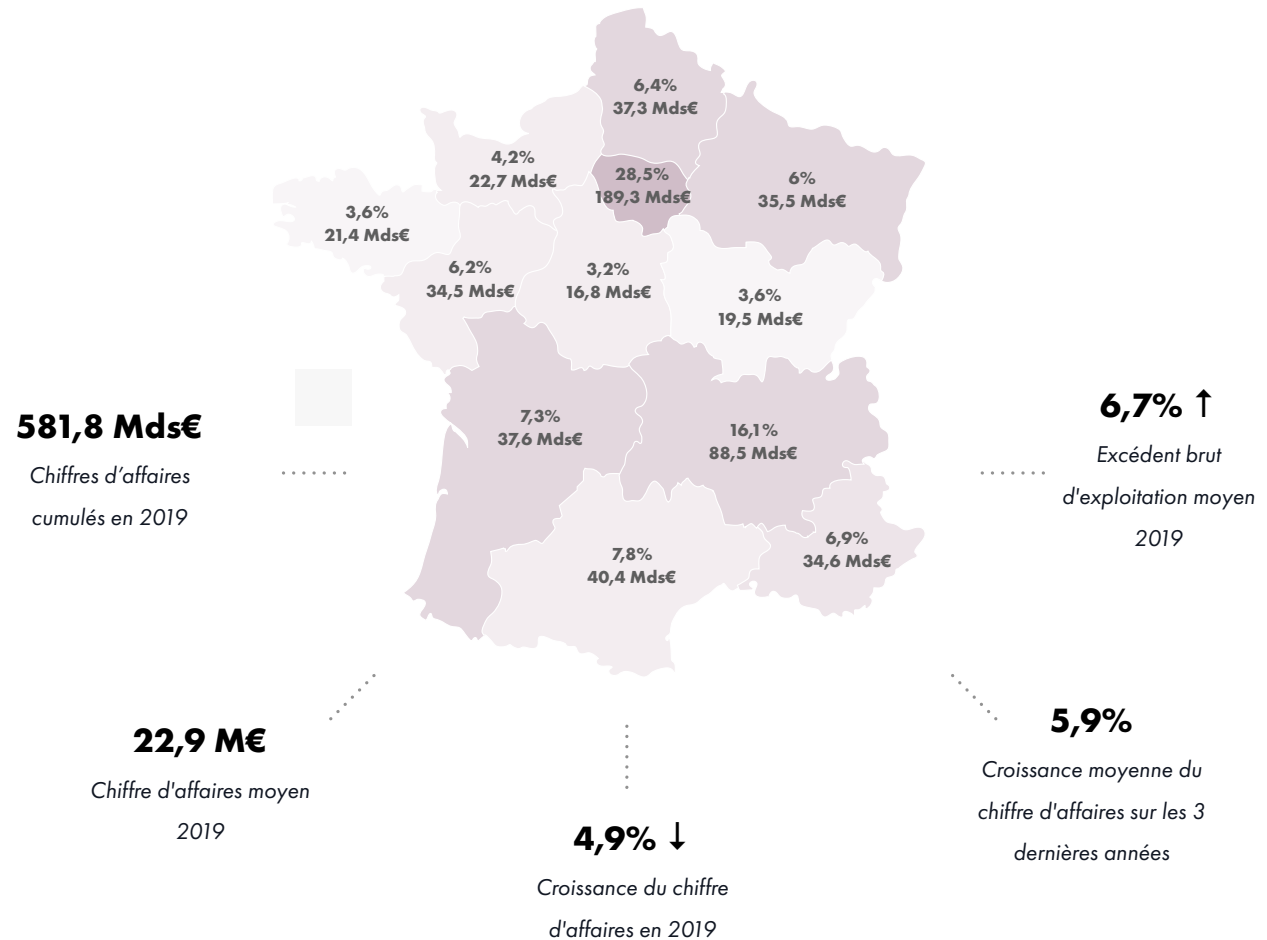
Les sociétés disposant d'au moins une femme à un rôle de PDG, Président, DG, Gérant constituent l'échantillon des entreprises dirigées par des femmes.

Au-delà des variations conjoncturelles, quelques grands invariants ont ainsi pu être établis et démontrés chaque année :

- une très grande **homogénéité des échantillons**, en termes de répartition par classes de chiffres d'affaires et ventilation sectorielle
- une **surperformance récurrente des entreprises dirigées par des femmes**, en particulier sous l'angle de la rentabilité opérationnelle

PANORAMA DES PME & ETI (4M€ < CA < 150M€)

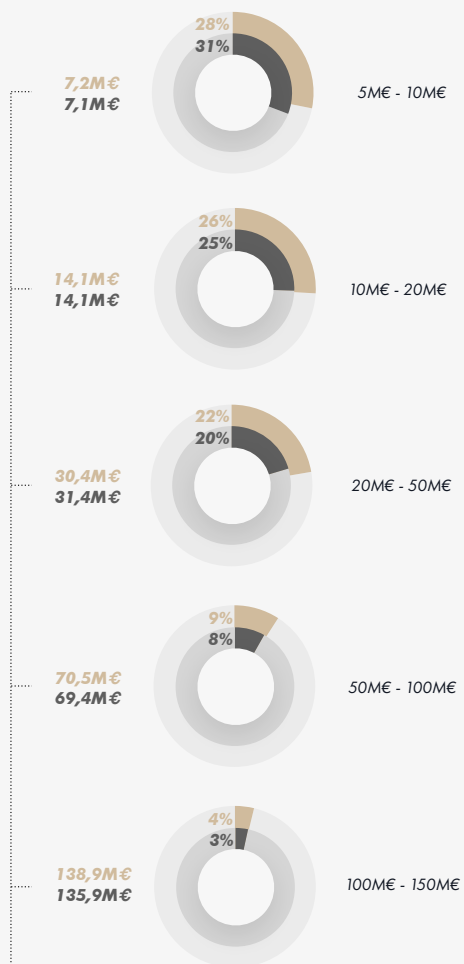
25 415 entreprises documentées et analysées sur la période 2016 - 2019 par l'Index 2020



Rentabilité moyenne des entreprises

Lire la carte : L'Île-de-France rassemble **28,5%** des entreprises documentées par l'Index 2020, qui ensemble, représentent **189,3** milliards d'euros de chiffres d'affaires en 2019

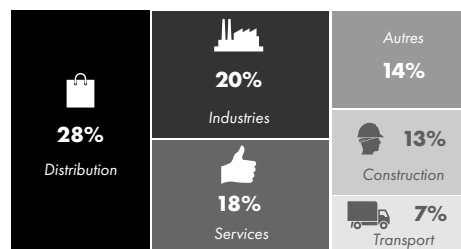
VENTILATIONS PAR CLASSE DE CHIFFRES D'AFFAIRES



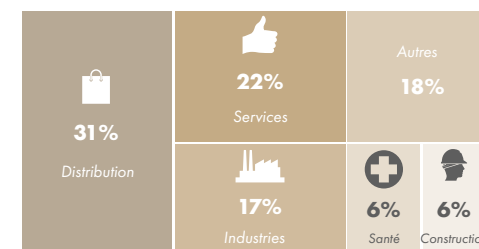
Chiffres d'affaires moyens par classe

PERFORMANCES COMPARÉES

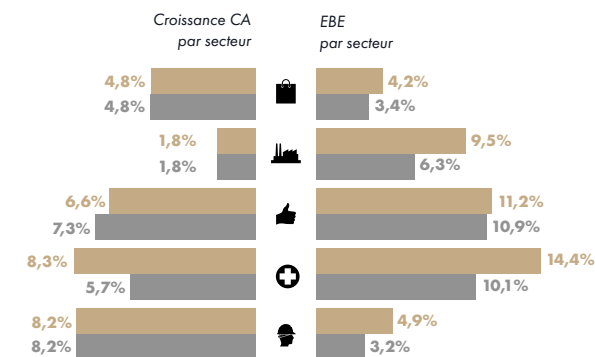
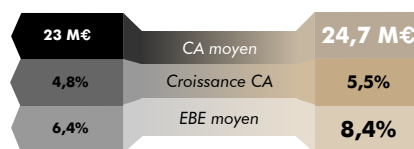
DISTRIBUTIONS SECTORIELLES



Les 5 premiers secteurs de chaque sous-index rassemblent respectivement 86% et 81% des entreprises



UNE SURPERFORMANCE DES ENTREPRISES DIRIGÉES PAR DES FEMMES

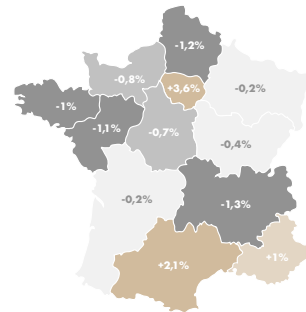


● Entreprises dirigées par des femmes ● Entreprises dirigées par des hommes

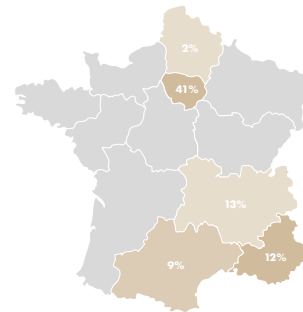
RÉPARTITION PAR RÉGION

Une sur-représentation en proportion des entreprises dirigées par des femmes se constate en Ile-de-France et sur le Grand Sud de façon récurrente

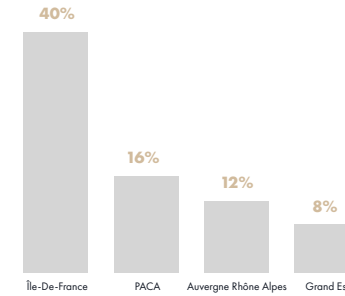
INDEX 2020
Écart de représentation par région



PALMARÈS 2011 À 2020
Part moyenne des régions sur les 10 dernières éditions



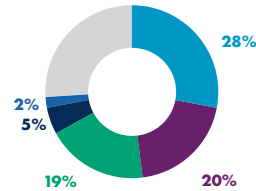
PALMARÈS 2020
Principales régions contributives



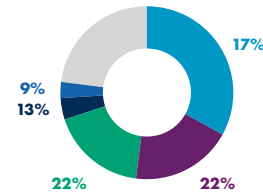
RÉPARTITION SECTORIELLE

Les cinq principaux secteurs des palmarès rassemblent en moyenne 80% des entreprises qui s'y classent, avec une sur-représentation récurrente de l'industrie, des services et des TMT par rapport aux Index

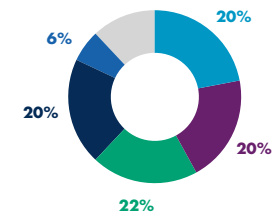
INDEX 2020



PALMARÈS 2011 À 2020



PALMARÈS 2020

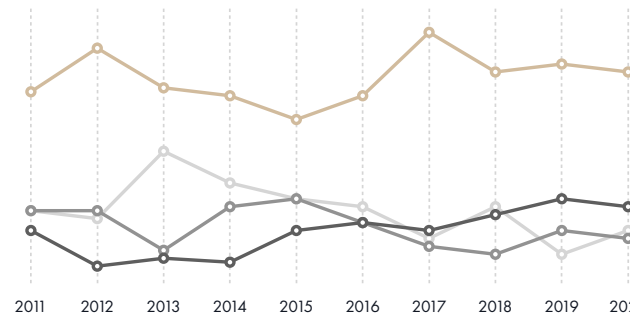


● Distribution ● Industries ● Services ● TMT ● Santé

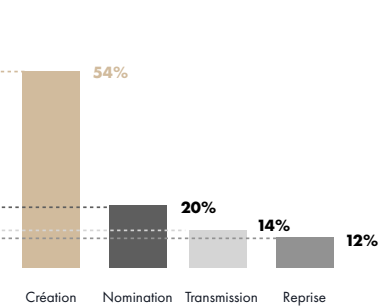
ACCÈS AUX FONCTIONS DE DIRECTION

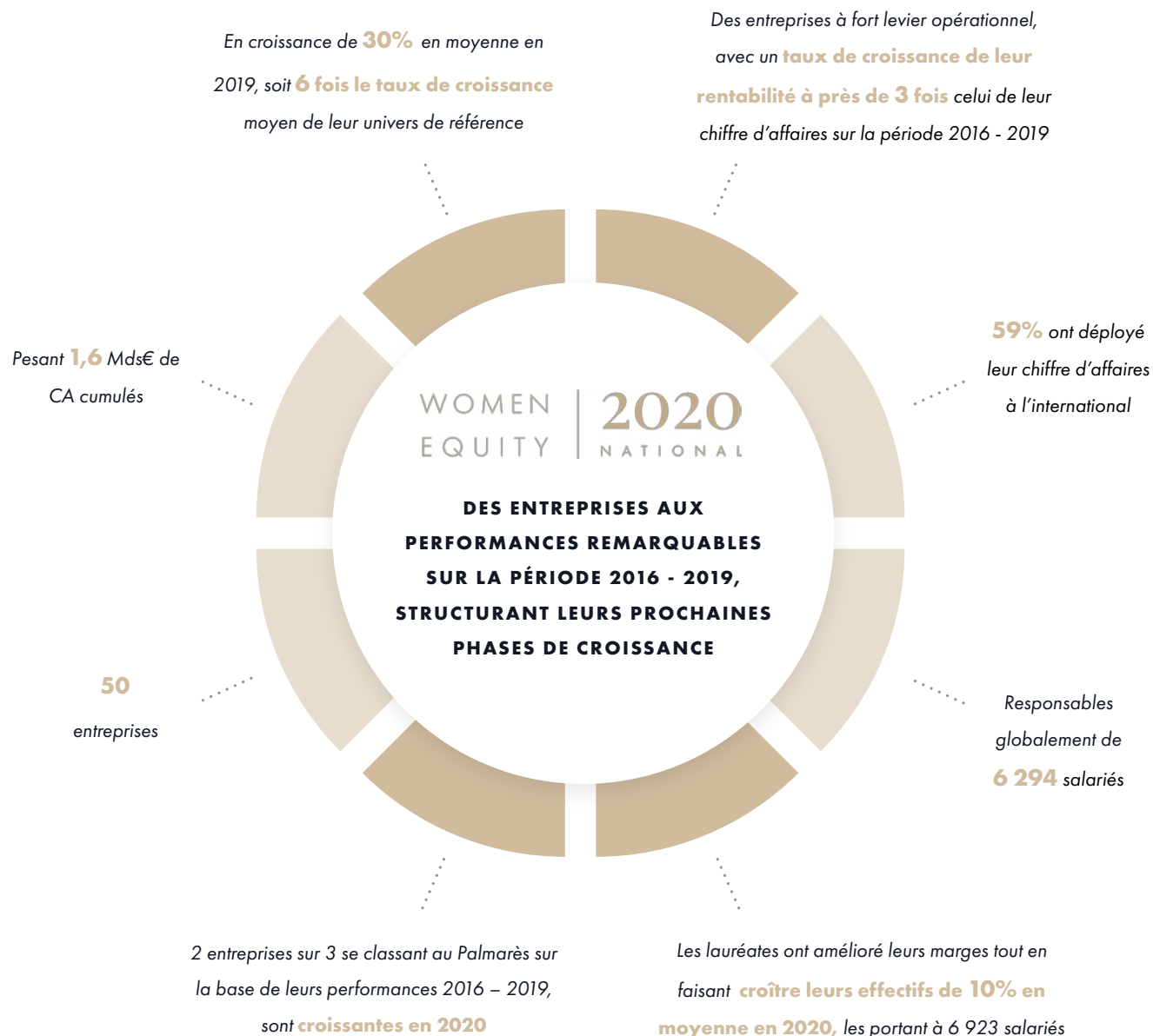
Les créations d'entreprise forment la principale voie d'accès pour les dirigeantes du palmarès, avec une progression des nominations

PALMARÈS 2011 À 2020



PALMARÈS 2020





MÉTHODOLOGIE DES PALMARÈS WOMEN EQUITY

Depuis 2010, Women Equity est à l'initiative du premier Palmarès annuel des PME dirigées ou co-dirigées par des femmes en France, issues de l'Index Women Equity analysant quelque dizaines de milliers d'entreprises (disposant de 3 années d'existence minima et d'un CA compris entre 4 et 150 M€ sur l'une des années considérées).

Les Palmarès rassemblent les **meilleures performances de PME et ETI indépendantes**, en termes de croissance rentable, ordonnées selon la moyenne de 5 indicateurs :

- 1 La croissance du chiffre d'affaires sur la dernière année
- 2 La croissance moyenne du chiffre d'affaires sur les trois dernières années
- 3 La rentabilité sur la dernière année (EBE / CA)
- 4 La croissance en valeur du chiffre d'affaires sur la dernière année
- 5 La croissance moyenne de l'EBE sur les trois dernières années



VALTUS

MOVING BUSINESS FORWARD. FAST!





**VALTUS S'ENGAGE AUX CÔTÉS DES
FEMMES DIRIGEANTES...**

**...QUI OEUVRENT À L'ACCÉLÉRATION DE LA
TRANSFORMATION DU MONDE DE DEMAIN.**

15 rue de berri 75008 PARIS - 01 44 94 01 70 - info@valtus.fr - www.valtus.fr - @ValtusT

Palmarès

WOMEN EQUITY 2020

 <hr/> <p>ANNE-CÉCILE VAUSSELIN & VALÉRIE VAUSSELIN</p> <p>Industrie 79,8 M€ Ile-de-France</p>	 <hr/> <p>EMMANUELLE LEGAULT</p> <p>Industrie 62,4 M€ Bretagne</p>	 <hr/> <p>STÉPHANIE JAGU</p> <p>Industrie 10,8 M€ Centre-Val de Loire</p>	 <hr/> <p>CÉCILE MUL</p> <p>Industrie 29,9 M€ PACA</p>	 <hr/> <p>DYNA PETER-OTT</p> <p>Industrie 6,1 M€ Grand Est</p>	 <hr/> <p>SABINE MARITON</p> <p>Industrie 14,5 M€ PACA</p>
 <hr/> <p>BÉNÉDICTE DURAND-DELOCHE</p> <p>Industrie 28,9 M€ Auvergne-Rhône-Alpes</p>	 <hr/> <p>PATRICIA CATHALAU</p> <p>Industrie 34,3 M€ Occitanie</p>	 <hr/> <p>CELINE LAGET</p> <p>Industrie 11 M€ PACA</p>	 <hr/> <p>SOPHIE RENNER</p> <p>Industrie 41,8 M€ Pays de la Loire</p>	 <hr/> <p>ANNICK BERRIER</p> <p>Construction 23,8 M€ Hauts-de-France</p>	 <hr/> <p>CAROLE VIGNON</p> <p>Construction 55,2 M€ PACA</p>
 <hr/> <p>ISABELLE BEUZIT & KARINE BEUZIT-MEESSEMAN</p> <p>Construction 53 M€ Bretagne</p>	 <hr/> <p>MAGALI LEGOUIL</p> <p>Construction 18,9 M€ Normandie</p>	 <hr/> <p>DORA D'AMBROSIO</p> <p>Immobilier 146 M€ Auvergne-Rhône-Alpes</p>	 <hr/> <p>MARIE-THÉRÈSE AYCARD</p> <p>Services 21,4 M€ Ile-de-France</p>	 <hr/> <p>AMANDINE AUBERT</p> <p>Services 16,1 M€ Grand Est</p>	 <hr/> <p>AURÉLIE GAUILLÈRE</p> <p>Services 45,1 M€ Ile-de-France</p>

 <hr/> <p>NATACHA HAKWIK</p> <p>Services</p> <p>44,7 M€</p> <p>Ile-de-France</p>	 <hr/> <p>SANDRINE MARTIN</p> <p>Services</p> <p>23,2 M€</p> <p>PACA</p>	 <hr/> <p>CORINNE GRAPTON</p> <p>Services</p> <p>5 M€</p> <p>Ile-de-France</p>	 <hr/> <p>CHLOÉ MESQUIDA</p> <p>Services</p> <p>12,5 M€</p> <p>Ile-de-France</p>	 <hr/> <p>JULIETTE SORIA & MURIEL FIGER</p> <p>Services</p> <p>27 M€</p> <p>Ile-de-France</p>	 <hr/> <p>CLÉMENCE SAUBOT</p> <p>Services</p> <p>8,6 M€</p> <p>Ile-de-France</p>
 <hr/> <p>HYMANE BEN AOUN</p> <p>Services</p> <p>26 M€</p> <p>Ile-de-France</p>	 <hr/> <p>CHARLINE PRUNIER</p> <p>Services</p> <p>7,8 M€</p> <p>Ile-de-France</p>	 <hr/> <p>CÉCILE POURNIN</p> <p>TMT</p> <p>13,2 M€</p> <p>Ile-de-France</p>	 <hr/> <p>ODILE HEMBISE FANTON D'ANDON</p> <p>TMT</p> <p>18,2 M€</p> <p>PACA</p>	 <hr/> <p>ALIX PONSADA</p> <p>TMT</p> <p>11,9 M€</p> <p>Ile-de-France</p>	 <hr/> <p>HÉLÈNE OLPHE-GALLIARD</p> <p>TMT</p> <p>8,5 M€</p> <p>Auvergne-Rhône-Alpes</p>
 <hr/> <p>ISABELLE MELIN</p> <p>TMT</p> <p>11,1 M€</p> <p>Grand Est</p>	 <hr/> <p>MAUD BILLARD-COESTER</p> <p>TMT</p> <p>31,2 M€</p> <p>Auvergne-Rhône-Alpes</p>	 <hr/> <p>MARIE-HÉLÈNE SMIEJAN</p> <p>TMT</p> <p>16,8 M€</p> <p>Ile-de-France</p>	 <hr/> <p>MINH-HOA NGUYEN</p> <p>TMT</p> <p>15,3 M€</p> <p>Ile-de-France</p>	 <hr/> <p>MARIE-BEGOÑA LEBRUN</p> <p>TMT</p> <p>6 M€</p> <p>Ile-de-France</p>	 <hr/> <p>EVELYNE MADAOUÏ</p> <p>TMT</p> <p>15,4 M€</p> <p>Ile-de-France</p>



VALÉRIE JIMENEZ

Services
65,6 M€
Occitanie




CHRYSOLINE DE GASTINES

Distribution
5,5 M€
Ile-de-France



MYRIAM JOURDAN

Distribution
41,8 M€
Bretagne



FABIENNE MAUNY

Distribution
88,8 M€
Ile-de-France



ANNE-LISE GONCKEL-THIONE

Distribution
6 M€
Grand Est



CÉLINE AUGUSTO

Distribution
24,7 M€
Ile-de-France



CAROLINE WINCKER

Distribution
119,1 M€
Occitanie




ANGÉLIQUE DE LENCQUESAING

Distribution
27,5 M€
Ile-de-France



THÉA ROSIN

Distribution
55,8 M€
Auvergne-Rhône-Alpes



FLORENCE OLIET-PONTOIZEAU

Distribution
21 M€
Nouvelle-Aquitaine



PAULINE CAPO-COUSIN

Distribution
7,7 M€
Hauts-de-France



CORINNE SCHMITZ

Santé
10,8 M€
PACA



MARTINE CLARET

Santé
64 M€
PACA



EMILIE GOUNON

Santé
33,9 M€
Auvergne-Rhône-Alpes

Industrie

BTP

Immobilier

Services

TMT

Transport

Distribution

Santé

Les valeurs correspondent au chiffre d'affaires généré au cours de l'exercice 2019.

WOMEN EQUITY | 2020 NATIONAL

Portraits

D'ENTREPRISE

AC MEDIA.....	52	ESAF.....	29	MEDIAPART.....	46
ACRI-ST.....	53	EUROSYSTEMES.....	55	NAITWAYS.....	48
AILANCY.....	40	GREEN FAMILY.....	64	PHASICS.....	49
APPLIUM.....	45	GROUPE BOTANICA.....	35	RVZ.....	50
AROMA-ZONE.....	24	GROUPE CSP – BLEU LIBELLULE.....	60	RESEAU BREMAT.....	30
BALZAC PARIS.....	57	GROUPE KARDOL.....	51	RETIS SOLUTIONS.....	18
BIODIS.....	61	GROUPE MUL.....	22	SEEL LAUGEOIS.....	31
BLUREG.....	67	HORUS PHARMA.....	66	SILAMIR.....	39
BRAINCUBE.....	44	IDEALWINE.....	62	SRA ARCHITECTES.....	33
CADIOU.....	21	JIMENEZ GROUPE.....	54	STERNE.....	25
DIPTYQUE.....	56	JUVISE PHARMACEUTICALS.....	65	TEAMINSIDE GROUP.....	42
ECOGREENENERGY.....	43	LA BOUTIQUE OFFICIELLE.....	63	VALEUR ET CAPITAL.....	32
ENERLIS.....	41	LACO.....	20	VENSYS.....	26
ENSO GROUPE.....	47	LE STUDIO LED.....	37	WENES GROUP.....	34
ENTREPRISE DAUDIN.....	23	LINKING TALENTS.....	36	WHISKIES DU MONDE.....	58
EQINOV.....	38	MARITON.....	27	XL ENERGIES.....	59
ERIDIUM-GROUPE.....	28	MECELEC COMPOSITES.....	19		

RETIS SOLUTIONS

Conception, fabrication et installation de supports de câbles et pylônes en métal

Retis Solutions est une PME spécialisée dans la conception, la fabrication et l'installation de supports de câbles et pylônes en métal. Elle intervient dans trois secteurs en France et à l'international : le transport et la distribution d'énergie basse et moyenne tension, l'installation et le renforcement de structures métalliques et télécoms, et le support de lignes caténaies, métro, tramway et trolleybus. Avec environ 400 pylônes installés chaque année, notamment dans des conditions extrêmes (haute altitude, avec alpinisme et hélicoptage requis), l'entreprise couvre le territoire national et l'Afrique francophone, où le groupe réalise 30% de son CA en 2019. Né de la fusion d'Afelec à Saint-Sulpice-la-Pointe et de Dervieux à Grenoble en 2003, le groupe Retis Solutions se positionne comme leader sur son marché. Fort d'un savoir-faire reconnu par les donneurs d'ordre, il génère 34,3 M€ de CA en 2019, en croissance de 27% et porte ses effectifs à 142 en 2020.

PME du patrimoine français, Afelec fabrique des arçons à sa création en 1864 dans le Tarn et s'oriente vers l'électrification avant la Seconde Guerre Mondiale. Concepteur de pylônes et supports de câbles, l'entreprise contribue grandement à la production et à l'installation des réseaux électriques et ferroviaires français, avant d'élargir son expertise aux

lignes de télécommunication dans les années 90. Sur un marché devenu oligopolistique, Afelec se rapproche commercialement de Dervieux en 2000, société grenobloise qui développe des gammes de connecteurs, de solutions de mise à la terre et d'outillages spécifiques à l'installation des lignes électriques et des réseaux de distribution. Les deux entreprises créent la marque Retis Solutions en 2009. Présente depuis plus de 30 ans et dans plus de 30 pays sur les marchés du Maghreb et l'Afrique subsaharienne, où elle acquiert une forte notoriété à la suite du déploiement des technologies EDF, la PME se démarque par ses collaborations avec de petits installateurs sur site afin de soutenir l'économie locale, une qualité élevée de galvanisation des assemblages et le respect des normes européennes. Ses installations démontrent une robustesse au temps, avec plus de 10.000 pylônes de 30 à 60 mètres installés à date, ancrés depuis plus de 40 ans pour les uns et dans des régions aux climats extrêmes pour les autres (Nouvelle-Calédonie, Tahiti, etc.). Retis Solutions a pour objectif de se développer en continuant à « apporter la lumière » dans des zones isolées en Afrique et en Asie du Sud-Ouest. Déployer le réseau 5G, tout en maintenant un bureau d'étude innovant et un système vertueux de formation et promotion interne font partie de ses ambitions.



PATRICIA CATHALAU
PRÉSIDENTE
REPRISE EN 2013

Après un DUT GEA et des missions de commissaire aux comptes dans des PME et ETI, Patricia Cathalau obtient un master en Management à l'ICG avant de rejoindre Afelec dans le Tarn en 2003, à l'occasion du rapprochement avec l'entreprise grenobloise Dervieux. Anticipant la transmission à venir, Patricia Cathalau suit une formation CPA en 2010 à la Toulouse Business School avec, pour sujet de mémoire, la reprise sponsorless d'Afelec-Dervieux qu'elle réalisera avec succès accompagnée de ses proches en 2013.

SIÈGE SOCIAL
Occitanie

MARCHÉ
International

EFFECTIF 2019
139

CA 2019
34,3 M€

CA 2019 / 2018
27%



retis-solutions.com

MECELEC COMPOSITES

Spécialiste de la transformation de matériaux composites

SIÈGE SOCIAL
Auvergne-Rhône-Alpes

MARCHÉ
International

EFFECTIF 2019
171

CA 2019
28,9 M€

CA 2019 / 2018
26%

mecelec
COMPOSITES

mecelec.fr



**BÉNÉDICTE
DURAND-DELOCHE**
DIRECTRICE GÉNÉRALE
NOMINATION EN 2015

Diplômée de l'EM Lyon, Bénédicte Durand-DeLoche démarre sa carrière à la Générale Frigorifique France (GFF) en tant que responsable du Crédit Management puis directrice du service clients et export. Elle intègre Mecelec en 2015, entreprise rachetée par sa famille à la barre du tribunal de commerce en 2010. Elle y entre comme directrice commerciale et marketing, prend ses fonctions de directrice générale déléguée moins d'un an après, puis de directrice générale en 2019. Bénédicte Durand-DeLoche est également conseillère du commerce extérieur et administratrice d'Allizé-Plasturgie.

ETI ardéchoise, Mecelec Composites est spécialisée dans la transformation de matériaux composites, de la conception à la production en série pour le compte d'industries tierces. Connue depuis 1934 pour ses développements d'outillages spécifiques dans le BTP (coffrets d'électricité, gaz, télécoms, eau, ...), elle développe également une expertise et des technologies de pointe dans les composites, en apporteur de produits innovants dans des secteurs aussi variés et exigeants que l'aéronautique, la mobilité, le médical et le secteur ferroviaire. Mecelec Composites propose des solutions 100% intégrées, de la R&D à la production. Le groupe repose sur le savoir-faire de ses équipes réparties sur quatre sites en Auvergne-Rhône-Alpes et un site en Roumanie. Il accompagne plus de 500 clients à l'international et a reçu en 2020, le prix du lauréat de la meilleure innovation dans la catégorie Design et Mobilier des JEC Innovation Awards. Cotée sur Euronext Growth, la société a réalisé un CA de 28,9 M€ en 2019 et porte ses effectifs à 200 en 2020.

Reputée initialement pour ses coffrets de raccordement aux réseaux, Mecelec Composites est devenue leader du marché français par ses solutions de transformation des matières composites. Avec plus de 6.000 références, le groupe se positionne en partenaire expert dans le conseil

et l'ingénierie, accompagnant les projets de la preuve de concept jusqu'à la production en grande série. Disposant de différents sites de production spécialisés, Mauves dans le moulage par compression, Saint-Agrève dans l'injection thermoplastique, Saint-Étienne de Saint-Geoirs dans le contact, RTM & l'infusion, Bourg-lès-Valence dans l'application de peintures industrielles (liquides et poudres) et Cluj-Napoca en Roumanie, le groupe se différencie par ses produits en pièces uniques ou grandes séries répondant à des cahiers des charges complexes et des normes strictes. En forte croissance, Mecelec Composites déploie une stratégie très volontariste d'innovation guidée par les valeurs et enjeux du développement durable et de la RSE, intégrant la mise au point de nouveaux matériaux éco-composites et de matières à plus faible impact environnemental. Cette stratégie poussée d'innovation positionne son offre de façon pérenne. En 2019, l'ETI se lance dans la transformation de composites bio-sourcés à l'échelle industrielle. Accompagnant plus de 500 clients dans 28 pays, elle a néanmoins à cœur de demeurer une entreprise française, avec des savoir-faire et une production hexagonale, et des achats effectués à 50% en Auvergne-Rhône-Alpes. Accélérée par Bpifrance, la « Tech-structure » affiche des ambitions de développement international et de leadership européen à trois ans.



LACO

Fabricant de produits d'entretien et de bien-être

Basée en Alsace, Laco fabrique et distribue des produits de nettoyage, d'entretien et désormais de bien-être à destination de particuliers et d'entreprises. Au-delà de son produit-phare, la Pierre d'Argent, nettoyant universel, fabriqué entièrement à partir de produits naturels biodégradables, Laco axe sa production sur des produits éco-responsables, fabriqués en France avec des ingrédients issus de l'agriculture biologique. C'est le cas de sa nouvelle gamme de produits «bien-être» qui vient compléter son offre disponible sur sa plateforme en ligne. L'entreprise continue à développer ses ventes à l'étranger en s'appuyant notamment sur son site opérationnel aux Etats-Unis, tout en adressant aujourd'hui ses produits à une clientèle répartie dans plus de 40 pays. Laco réalise plus de 6 M€ de CA en 2019, porte ses salariés à 30 en 2020 et entend poursuivre son développement avec le lancement de nouveaux produits en 2021. L'entreprise s'est fixée pour objectif d'atteindre les 10 M€ de CA en 2023.

Avec la majorité de son personnel travaillant au sein de son usine située à Hœrdt près de Strasbourg, Laco a fait de l'innovation un des facteurs clés de son succès, en fabriquant des produits de nettoyage et d'entretien iconiques comme la Pierre d'Argent ou le Rénovateur Spécial bois. Répartissant

son activité entre sa plateforme internet Laco Shop et la distribution de la Pierre d'Argent (commercialisée sous le nom de Shadazzl à l'étranger), l'ambition de l'entreprise dans les années à venir est de continuer son développement via l'internationalisation de ses produits. Dans cette perspective, Laco prépare la traduction de son site internet pour satisfaire la demande étrangère et prévoit d'ouvrir de nouveaux marchés au Luxembourg et en Suisse pour le premier semestre 2021. Depuis quelques années, l'entreprise a également entamé un virage vers la fabrication et la distribution de produits de confort à destination des particuliers et a intégré la notion de « bien-être » à sa raison d'être. Placée au cœur de sa stratégie, cette notion est prise en compte dans chaque décision, de manière à aller toujours plus loin dans le développement de nouveaux produits et dans l'orientation de l'entreprise vers une chimie plus verte, intégrant pleinement les enjeux de développement durable et de sélection des matières premières au moment de la conception des produits. A terme, l'entreprise projette de travailler avec des coopératives pour sourcer ses matériaux de fabrication. Très engagée dans la lutte contre le cancer, Laco a réalisé plusieurs partenariats avec des fondations pour permettre une meilleure sensibilisation de la population et apporter un plus grand impact dans la lutte contre la maladie.



DYNA PETER-OTT
CEO
REPRISE

A la fois juriste et diplômée d'HEC, après une première expérience au Parlement européen, Dyna Peter-Ott reprend l'entreprise Cine en 2005 et y opère une véritable mutation du cœur de métier vers la chimie verte, avant de racheter l'entreprise Laco. Elle s'inscrit dans la continuité de son ancien dirigeant, Jean-Paul Rutenberg, avec la volonté de développer l'entreprise à l'international. Engagée dans la société civile, elle assume des mandats paritaires ou électifs au sein de plusieurs organisations.

SIÈGE SOCIAL

Grand Est

MARCHÉ

International

EFFECTIF 2019

27

CA 2019

6,1 M€

CA 2019 / 2018

22%

LACO

lacoshop.com

CADIOU

Fabricant de portails, clôtures et garde-corps

SIÈGE SOCIAL

Bretagne

MARCHÉ

National

EFFECTIF 2019

425

CA 2019

62,4 M€

CA 2019 / 2018

12%

Cadiou

cadiou.bzh



EMMANUELLE LEGAULT
PRÉSIDENTE DIRECTRICE GÉNÉRALE
TRANSMISSION EN 2007

Diplômée d'un master 2 en systèmes d'information de gestion de la Brest Business School, Emmanuelle Legault débute comme contrôleur de gestion chez Bigard, puis ingénieur commercial en systèmes ERP chez NCI, avant de reprendre les rênes de l'entreprise familiale à 30 ans, en co-direction avec son mari et son beau-frère, réciproquement directeurs commercial et industriel. S'inspirant du sens de l'innovation de son père et de l'attention à la gestion de sa mère, comptable, Emmanuelle y ajoute sa vision globale des flux de l'information et d'un management permettant à chacun de s'épanouir.

Fabricant de portails, clôtures et garde-corps en aluminium et PVC, Cadiou est un ambassadeur du made in France depuis 47 ans. L'ETI assemble ses produits entièrement à la main depuis ses 25.000 m² d'ateliers à Locronan en Bretagne. Elle les commercialise au travers de trois marques dédiées à l'aménagement extérieur : *Kostum*, inspirée de la haute-couture, pour des solutions sur mesure et haut de gamme à destination des particuliers et des professionnels avec plus de 500 modèles, au niveau de finition élevé et ultra-personnalisables, *Côté Portail* à l'adresse des négociants en bois et matériaux pour des demandes spécifiques et *Céklo*, pour des portails et clôtures à prix accessibles, livrés prêts à poser. Leader sur le marché français, Cadiou vise une expansion à l'international et se positionne désormais en référence de la structuration d'espaces de vie extérieurs. L'ETI a réalisé un chiffre d'affaires de plus de 62 M€ en 2019 et recruté plus de 50 collaborateurs depuis 2018.

Fondée en 1973 par Ronan Cadiou, l'entreprise familiale a opéré plusieurs transformations au fil de son développement. En 1980, la PME est passée du bois à la menuiserie PVC d'abord à destination du bâtiment d'élevage puis des jardins. En 1990, elle prend le virage des portails et clôtures en aluminium en même temps qu'elle lance une activité

de chaudronnerie plastique, fabricant des cuves et des pièces majoritairement à vocation de stockage de produits dangereux (bacs de rétention, circuits de traitement d'air, dispositifs de traitement des eaux et surfaces) pour de grands industriels et collectivités locales. En 2007, Ronan Cadiou transmet les rênes de l'entreprise à sa fille Emmanuelle Legault et ses gendres, tous deux dans la société depuis dix ans. Maîtrisant les codes de l'outdoor, l'entreprise familiale étend encore sa gamme aux garde-corps en aluminium en 2014 et plus récemment aux claustras et habillages de climatiseur. Devenue une ETI, Cadiou se positionne désormais sur le marché comme référence dans la structuration des espaces de vie extérieurs, ce qui lui permet d'adresser également les paysagistes. Le groupe breton s'appuie par ailleurs sur ses deux filiales, Cadiou Transport créée en 2001 pour l'acheminement des portails, et Cadiou Design articulée autour de la création graphique et de la R&D orientée clients et usages. Très attachée au lean manufacturing engagé dès 2012 et à l'innovation collaborative, Cadiou fait partie de la 2^e promotion de l'accélérateur ETI de Bpifrance. Forte d'une croissance régulière, elle affiche la volonté de continuer à développer ses marchés à l'international, tout en conservant une taille intermédiaire et une organisation agile.

GROUPE MUL

Extraction et distillation de matières premières végétales

Mul, groupe familial dédié à la transformation et la valorisation de matières premières végétales naturelles, présente un profil atypique, à la fois agricole et industriel. Exploitant agricole depuis cinq générations, la famille Mul amorce son développement industriel dans les années 70 afin d'ouvrir de nouveaux débouchés à son activité historique (culture de plantes à parfum notamment, telles que la rose ou le jasmin) dans un contexte de délocalisation des productions, et le poursuit par le rachat de Gazignaire en 1990, société spécialisée dans la distillation d'eaux florales. Ce double positionnement lui permet d'être particulièrement résilient, de poursuivre ses recrutements et conserver une pente de croissance soutenue en 2020.

Aujourd'hui focalisé sur l'extraction et la distillation principalement sur les notes brunes (vanille, cacao, café, tonka, benjoin), le groupe produit des extraits aromatiques destinés à l'agroalimentaire, la cosmétique et la parfumerie. Cette intégration verticale permet à l'entreprise d'accroître sa différenciation en valorisant son savoir-faire historique de sélection et d'extraction, en amont du métier des aromaticiens, devenus ses principaux clients. Avec un CA dépassant les 31 M€ en 2020, dont 22,5% à l'export, l'entreprise fait la démonstration de l'avantage concurrentiel sur le marché apporté par son mode

de fonctionnement. Avec des clients très exigeants et fidèles, des volumes assurés, le Groupe Mul densifie son organisation commerciale et réaménage son site pour répondre à un carnet de commande resserré dans le temps mais alimenté en continu. Dans un métier où la normalisation du sourcing est un enjeu majeur compte tenu de la matière première, où le savoir-faire de sélection n'est plus maîtrisé que par un nombre limité d'acteurs, le Groupe Mul renforce son positionnement stratégique et sécurise ses approvisionnements au travers de trois types de structuration de filières responsables, déclinés selon les matières et les pays: partenariats long terme avec des producteurs, constitution ou soutien de coopératives et développement de cultures en propre. Engagé dans une démarche qualité globale, le groupe garantit la traçabilité complète de la plante transformée et porte une attention très élevée aux conditions de production, sociales, sociétales comme industrielles ; un investissement significatif a d'ailleurs été réalisé sur les lignes de production afin d'étendre la mise en œuvre de techniques d'éco-extraction. Des engagements environnementaux, sociaux, sociétaux qui se traduisent au travers du Fonds de Dotation, Mul Foundation, de sa première COP en 2019 dans le cadre de l'adhésion au Pacte Mondial des Nations-Unies de la société Gazignaire, et dans un pilote d'innovation sociale pour sensibiliser les jeunes aux filières agricoles.



CÉCILE MUL
PRÉSIDENTE DIRECTRICE GÉNÉRALE
TRANSMISSION EN 2006

Diplômée de l'EDHEC, Cécile Mul rejoint le groupe familial en 2006, en pleine période de restructuration. Elle entreprend de redynamiser l'activité en adoptant un positionnement clair sur le marché, faisant fond sur les savoir-faire et l'histoire longue du Groupe Mul, à la fois exploitant agricole et transformateur industriel de matières premières végétales. La maturité et la formalisation de ses engagements environnementaux, sociaux et sociétaux lui ont valu le Trophée Women Equity 2019 de la performance RSE.

SIÈGE SOCIAL
PACA

MARCHÉ
International

EFFECTIF 2019
52

CA 2019
29,9 M€

CA 2019 / 2018
26%



gazignaire.com

ENTREPRISE DAUDIN

Conception et fabrication de remorques et de bases de vie de chantier

SIÈGE SOCIAL
Centre-Val de Loire

MARCHÉ
National

EFFECTIF 2019
42

CA 2019
10,8 M€

CA 2019 / 2018
41%



STÉPHANIE JAGU
PRÉSIDENTE
REPRISE EN 2008

Diplômée d'une maîtrise de lettres modernes et après cinq ans dans l'enseignement, Stéphanie Jagu se lance dans le projet familial de reprise d'Entreprise Daudin en 2008, avec son père et son frère. Elle apprend le métier dans les fonctions supports et prend progressivement une place de « chef d'orchestre » au sein de l'entreprise. Elle en devient présidente en 2016 au départ à la retraite de son père.

Entreprise Daudin est une PME spécialisée dans la fabrication de bases-vie de chantier et de remorques sur-mesure répondant aux problématiques des professionnels. Fondée par la famille Daudin en 1833, la société est reprise en 2008 par la famille Jagu, qui lui donne une nouvelle impulsion stratégique en lançant une activité complémentaire de fabrication et aménagement de bases-vie de chantier, aujourd'hui cœur de métier de l'entreprise. En 2019, Entreprise Daudin réalise un CA de près de 11 M€ et affiche une croissance moyenne de 28% au cours des trois dernières années. Tendance qui lui permet de recruter 14 collaborateurs en 2020 et de doubler ses effectifs depuis 2016.

Fondée en 1833 dans le village de Saint-André par la famille Daudin, à l'époque charrons et feronniers, l'entreprise se spécialise dans la fabrication de charrettes et se transmet de père en fils, avant de s'orienter vers la fabrication de remorques agraires et de manutention, de belle notoriété. Lorsque les Jagu rachètent l'entreprise en 2008, Daudin est installée à Cléry, au sud d'Orléans et réalise 1,2 M€ de CA à neuf salariés. L'ambition de Pierre Jagu et de ses deux enfants, Stéphanie et Yann, est de s'appuyer sur le savoir-faire reconnu autour des remorques, pour développer une activité complémentaire de fabrication et d'aménagement de bases-

vie de chantier, équipements qui ont en commun de se monter sur châssis routiers ou sur berce. Positionnée dans le très haut de gamme, alliant confort, solidité et versatilité d'utilisation, Entreprise Daudin colle les caisses fabriquées sur-mesure par un partenaire, les fixe sur les châssis roulants qu'elle réalise et les aménage en intégrant, à la demande, un réfectoire, des toilettes, douches, vestiaires ou salles de réunion avec grand écran. Ces matériels autonomes sont le plus souvent alimentés en tri-énergies : gaz, électrique et solaire. La PME familiale se démarque rapidement grâce à la haute qualité de ses bases-vie qui procure au personnel de chantier un confort maximal. Forte de la durabilité de ses produits, l'entreprise surfe sur une réglementation favorable en France, attentive aux conditions de travail du personnel de chantier et facilite ainsi la fidélisation des salariés dans des secteurs à très fort turnover. Pour soutenir sa croissance, Entreprise Daudin investit dans l'extension de ses bâtiments de production. À la métallerie est venue s'ajouter un atelier composites afin de fabriquer ses propres meubles en résine, deux ateliers de montage et un bureau d'études. L'agrandissement des locaux et l'investissement dans de nouvelles machines améliorant sa capacité de production lui permettent aujourd'hui de livrer 45 bases-vie par mois. L'entreprise prévoit de franchir le cap des 20 M€ de CA entre 2023 et 2024.



AROMA-ZONE

Conception et distribution d'huiles essentielles et de cosmétiques

Reconnue pour avoir introduit le concept du Do It Yourself dans l'industrie cosmétique, Aroma-Zone fait fond sur une communauté de consommateurs attentive aux compositions et friande de personnalisation, en lui proposant une gamme d'actifs à assembler, de crèmes, parfums et maquillages 100% naturels. Aroma-Zone invente ainsi le concept de cosmétique maison en 2005, en repensant la distribution de valeur observée par l'industrie, et la recette fait son succès. L'entreprise qui vendait exclusivement en ligne jusqu'en 2009, dispose désormais de boutiques-ateliers en plein cœur de Paris, Lyon et Aix, ainsi que de shop-in-shops en collaboration avec Le Printemps à Lille, Strasbourg et Metz. Avec plus de 140 salariés, dont 80% issus de formations scientifiques, son CA devrait passer la barre des 100 M€ en 2020.

En 2000, Aroma-Zone était encore un blog scientifique dédié à l'aromathérapie initié par les sœurs Vausselin. Vingt ans plus tard, la PME familiale, pionnière de l'e-commerce, ouvre sa septième boutique-atelier dans un hôtel particulier classé monument historique à Aix, en pleine Provence, à proximité de son site de recherche et production. Parmi ses étapes de développement, la société a été pionnière dans l'intégration du paiement sécurisé et la fédération

d'une influente communauté de fans en ligne, devenus ses premiers prescripteurs. Elle s'approvisionne sans intermédiaire auprès de petits producteurs dont elle finance les plantations à long-terme et propose aux consommateurs des produits naturels, de qualité, aux prix accessibles qui n'incluent ni coûts de transformation ni coûts marketing. Accompagnant ses producteurs du monde entier dans la conversion bio depuis trois ans, elle entreprend en plus un programme de plantation massif d'aromates en Provence, lui permettant de proposer toutes ses huiles aromatiques en version bio. Après Paris, Lyon, Lille, Strasbourg, Metz et Aix, la marque accélère son maillage territorial avec l'ambition de couvrir les principales métropoles. Bordeaux, Toulouse et Nice sont à l'étude pour de nouvelles boutiques-ateliers où s'initier à la cosmétique maison, offrant des solutions de vrac et le click & collect. Attentive à minorer l'impact environnemental de ses activités, après les sachets recyclables et le packaging compostable chez soi, Aroma-Zone travaille à des contenants pour ses liquides en PET recyclé à 100 % issus de la récolte de plastique dans les océans. Les prochaines étapes du développement d'Aroma-Zone passeront par la structuration de son développement à l'international et le renforcement des services à destination de ses communautés.



ANNE-CÉCILE &
VALÉRIE VAUSSELIN
CEO & DIRECTRICE GÉNÉRALE
CRÉATION EN 2000

Filles d'un chimiste passionné par l'extraction végétale, Anne-Cécile et Valérie Vausselin sont toutes deux diplômées d'écoles d'ingénieurs. Elles débutent leurs carrières respectivement chez L'Oréal et Cegelec et quittent leurs responsabilités en 2005 pour se consacrer à temps plein à leur projet-passion : le site de vente en ligne d'huiles essentielles, Aroma-Zone. L'écosystème scientifique dans lequel elles évoluent jusqu'alors marquera profondément l'identité d'Aroma-Zone.

SIÈGE SOCIAL
Ile-de-France

MARCHÉ
International

EFFECTIF 2019
140

CA 2019
79,8 M€

CA 2019 / 2018
21 %

AROMA-ZONE.com
REPORT NATUREL EN SKINCARE & BEAUTÉ

aroma-zone.com

STERNE

Fabrication d'ensembles à partir de bases élastomères

SIÈGE SOCIAL
PACA

MARCHÉ
International

EFFECTIF 2019
63

CA 2019
11 M€

CAGR 2016 - 2019
14%



CÉLINE LAGET
DIRECTRICE GÉNÉRALE
CRÉATION EN 1996

Diplômée d'une maîtrise en sciences de gestion, après une première expérience comme salariée dans la distribution de meubles, Céline Laget crée son entreprise à 26 ans avec son associé Jean-Claude Scardigli, spécialiste du silicone.

Implantée dans le Vaucluse, Sterne est spécialisée dans la conception et la fabrication d'ensembles à partir de bases élastomères depuis 1996. Avec une implantation sur 4000 m² à Cavailon, dont 2500 m² d'ateliers industriels et 600 m² de salles blanches, la PME maîtrise aussi bien l'extrusion, l'injection que le surmoulage ou la co-extrusion. Une polyvalence qui lui permet d'adresser les marchés du médical et du biomédical (secteur historique qui constitue 50% de son CA), de la pharmaceutique et de la cosmétique, des transports comme le ferroviaire et l'aéronautique, de l'agroalimentaire, de l'énergie et de l'industrie. Évoluant dans un environnement très réglementé et rigoureux, elle produit aussi bien des pièces pouvant être implantées à vie dans le corps humain que des joints d'étanchéité pour le nucléaire. Ayant atteint une taille critique qui lui attire la confiance de gros donneurs d'ordre, Sterne affiche une croissance soutenue depuis cinq ans. Elle réalise 11 M€ de CA en 2019 et porte ses effectifs à 65 en 2020.

Céline Laget et Jean-Claude Scardigli montent leur site de production dédié au silicone dès 1999 et commencent par adresser le secteur pointu du médical, préférant se différencier par une expertise forte. Des kilomètres de tubes et drains sortent de leurs ateliers, cependant qu'ils assemblent des

dispositifs médicaux en salle blanche (anneaux gastriques, implants pour cœur artificiel, cathéters). Sterne élargit ses marchés au transport et à l'agroalimentaire (avec des profils de planchers ou des joints de climatisation pour le ferroviaire et l'aéronautique, de l'emballage ou des tapis de convoyage pour l'agroalimentaire), ses deux plus gros clients après le médical. Sterne touche également la cosmétique et la pharmaceutique (avec des produits bucco-dentaires ou des moules pour la cosmétique type raisin de rouge à lèvres), comme l'énergie et l'industrie (avec des joints d'étanchéité pour le secteur militaire ou des joints gonflables d'étanchéité pour la chaudronnerie et la chimie). Dans un environnement concurrentiel composé de multiples PME et de filiales de grands groupes, Sterne est réputée pour son savoir-faire en univers contraint avec des process durables. Elle compte un millier de clients, de la PME aux très gros acteurs, comme Alstom, Bombardier, Acteon, Baultar, Carmat, Bioclin, Mabeo industrie ou Machouyou, et dispose d'un statut de fournisseur critique pour nombre d'entre eux. Elle réalise 30 % de son CA à l'export, de l'Italie à l'Amérique du Sud, en passant par le Moyen-Orient et le Vietnam. Fabricant notamment de valves pour les masques FFP2, Sterne a pu poursuivre son activité en 2020 et continuer à recruter pour assurer sa croissance.



VENSYS

Conception et vente de systèmes et composants électro-hydrauliques

Vensys est un groupe indépendant proposant une offre globale en électro-hydraulique et hydro-mécanique visant à améliorer la performance, la sécurité et le confort des machines mobiles (matériel agricole, engins de travaux publics, grues portuaires,...). Fondé par Jacques Audureau en 1971 en Vendée, dans le prolongement des entreprises familiales des générations précédentes, le spécialiste des métiers de l'hydraulique s'est diversifié dans l'électrique et la robotique. Il regroupe aujourd'hui sept sociétés : Hydrokit, la locomotive du groupe, Mecanokit, Soerma TP, Sofydra, ASE, HKTC Technologies et In Situ. Adressant les marchés de l'agriculture, des travaux publics, de la marine, de la carrosserie et de la maintenance notamment, la PME est l'un des acteurs de référence de l'électro-hydraulique en France et en Europe. En 2019, Vensys réalise un CA de près de 42 M€ et booste encore son développement avec 22 recrutements en 2020.

Sous l'impulsion de Jacques Audureau, le père de Sophie Renner, Vensys s'est spécialisé dans la fabrication de vérins hydrauliques pour engins mobiles. En 1980, le groupe complète son offre en lançant l'activité d'Hydrokit, dédiée à la conception et à la fabrication de solutions électrohydrauliques. Tête de pont du groupe, son modèle économique repose sur une équipe de 50 technico-commerciaux répondant à plus de 800 appels entrants

chaque jour pour satisfaire les demandes clients, de l'étude à la fourniture de pièces, sur les marchés de la première et de la deuxième monte. L'entreprise familiale poursuit sa diversification à partir de 1992 avec Mecanokit et Soerma TP, expertes en fourniture d'équipements mécano-soudés. Suivront Sofydra et ASE, dédiées respectivement au sourcing et au domaine forestier, avant que le groupe ne se lance plus récemment dans les solutions robotiques, via HKTC Technologies, puis dans la recherche et la formation avec l'acquisition du bureau d'études In Situ en 2020. Implanté principalement en France, le groupe est présent en Allemagne, en Angleterre, en Espagne, à la Réunion et au Sénégal. Dans un marché très concurrentiel, il est le seul à proposer une offre globale, faisant fond sur la proximité clients et la réactivité, assurant une livraison sous 24 h, grâce à la disponibilité de plus de 25.000 références stockées et à une logistique performante. Son éventail de services, allant de la conception de solutions sur-mesure, grâce à ses 40 ingénieurs, au montage sur site et jusqu'à la réparation de pompes, moteurs et vérins hydrauliques, constitue ses atouts différenciants. Soucieuse de la pérennité de ses compétences, la PME est très impliquée dans l'apprentissage afin d'assurer la transmission de ses savoir-faire. En forte croissance, Vensys vise un doublement de son CA à cinq ans, en accélérant son maillage du territoire, tel qu'initié il y a dix ans, par l'implantation de Points Services.



SOPHIE RENNER
PRÉSIDENTE
TRANSMISSION EN 2016

Après un début de carrière dans les métiers de l'expertise comptable, Sophie Renner rejoint l'aventure entrepreneuriale, dans l'ADN familial depuis cinq générations. En 2008, elle intègre le groupe Vensys à la direction des affaires financières. Elle prend la présidence de Vensys en 2016 à la suite de la volonté de son père de se retirer de la gestion opérationnelle de l'entreprise familiale.

SIÈGE SOCIAL
Pays de la Loire

MARCHÉ
International

EFFECTIF 2019
211

CA 2019
41,8 M€

CAGR 2016 - 2019
8%



vensys.com

MARITON

Conception, fabrication et distribution de stores et moustiquaires

SIÈGE SOCIAL

PACA

MARCHÉ
National

EFFECTIF 2019

74

CA 2019

14,5 M€

CA 2019 / 2018

18%



stores-mariton.com



SABINE MARITON
PRÉSIDENTE
TRANSMISSION EN 2018

Diplômée de deux masters, en biochimie et en gestion de projet R&D en agroalimentaire, Sabine Mariton démarre sa carrière au sein du laboratoire de recherche d'une distillerie. Attirée par le commerce, elle change de voie, devient commerciale terrain chez Lactalis et rejoint trois ans plus tard l'entreprise dirigée par son père. Elle prend la tête de l'une des business unit dont elle quadruple le CA en trois ans. Lors du départ à la retraite d'Yves Mariton, fils du fondateur, Sabine Mariton prend la présidence de l'entreprise dans le cadre d'un MBO associant trois autres managers de Mariton et trois investisseurs financiers.

Acteur historique de la protection contre le soleil et les insectes, Mariton est une PME spécialisée dans les moustiquaires et stores intérieurs comme extérieurs sur-mesure, qui a fêté ses 70 ans en 2019. D'acteur local, Mariton s'impose au fil du temps comme le spécialiste du secteur, grâce à une exigence élevée dans la qualité de ses produits et services et une innovation constante, qui lui permettent d'être aujourd'hui le leader français de la conception, fabrication et distribution de moustiquaires sur-mesure, avec un site de production dans les Bouches-du-Rhône et onze commerciaux visitant ses clients menuisiers et storistes du territoire. Une dizaine de collaborateurs supplémentaires sont recrutés en 2020 pour soutenir son développement, visant à étendre son empreinte commerciale notamment vers le Nord de la France.

Fondée en 1949 par Jean Mariton dans le village de Saint-Chamas, Mariton est à ses débuts une entreprise artisanale qui rayonne localement dans le Sud de la France. Sous l'impulsion de son dirigeant, l'entreprise pénètre le marché de l'équipement de la maison via trois produits, la moustiquaire industrielle, le store intérieur et le store extérieur. L'entreprise familiale se démarque rapidement

grâce à deux axes de différenciation forts : une attention toute particulière à l'innovation et un positionnement haut de gamme qui offre à ses clients installateurs-poseurs des produits sur-mesure avec une qualité irréprochable, un délai optimisé et de nombreux services comme la possibilité d'établir immédiatement un devis en ligne pour leurs clients finaux. Mariton poursuit ses efforts d'innovation digitale et lance en 2020 la toute première application mobile de stores en réalité augmentée, qui permet à ses utilisateurs finaux la visualisation des équipements dans leur environnement réel. S'appuyant sur un outil de production modernisé et sur une quarantaine de salariés impliqués dans les nombreuses étapes manuelles incompressibles, Mariton est capable de livrer plus de 120.000 équipements sur-mesure par an dans toute la France. Très attachée à son profil d'entreprise familiale et à la cohésion de ses équipes, la dirigeante veille à une communication interne importante afin de s'assurer du plein soutien de ses salariés aux projets de développement. Dans les années à venir, Mariton envisage de poursuivre sa stratégie de croissance, qui pourrait passer par une diversification de sa gamme de produits ou un renforcement de son maillage territorial en France.

ERIDIUM-GROUPE

Entreprise générale de BTP

Historiquement positionnée sur le segment des maisons individuelles, Soflacobat associe au fil de son développement des entreprises de corps d'état complémentaires pour s'adresser, avec succès, aux marchés de la construction de bâtiments industriels et commerciaux, de sa région des Hauts-de-France jusqu'au Grand Paris. La création de l'usine de préfabrication de béton structurel et architectonique prêt à l'emploi Betapref, ainsi que le rachat du couvreur étancheur bardeur Arteic en 2015 signent la constitution d'Eridium-Groupe, indépendant et familial, dédié aux métiers de gros œuvre, de clos et de couvert. Générant 23,8 M€ de CA en 2019, le groupe connaît un taux de croissance de 29%, résultat d'un projet d'entreprise où qualité des ouvrages, respect des normes et de la sécurité, et tenue des délais sont les priorités opérationnelles. Eridium-Groupe s'est vite saisi de la «3^e révolution industrielle» en intégrant tôt les concepts d'éco-responsabilité et de bioéconomie à ses services.

Soflacobat, spécialiste régional du gros-œuvre de maisons individuelles, se déploie progressivement sur le gros-œuvre, le clos et le couvert pour bâtiments collectifs ou individuels, commerciaux ou industriels. Avec une structure organisationnelle précurseure, la société centralise, depuis plus de 10 ans, l'ensemble de la gestion de ses chantiers

au sein d'un PGI internalisé, afin de proposer à ses maîtres d'ouvrage un suivi instantané et précis des travaux, misant sur une communication transparente externe comme interne qui signe sa culture d'entreprise. Fort de plus d'une centaine de compagnons hors intérimaires, le groupe capitalise sur le savoir-faire de ses ingénieurs, sur son bureau d'étude intégré, maîtrisant la modélisation des informations du bâtiment (BIM), et sur un circuit de prise de décision court, permettant réactivité, flexibilité, qualité des ouvrages et tenue des délais. Ce modèle vertueux fidélise ses grands donneurs d'ordre parmi lesquels on retrouve des références nationales et régionales. Sur un marché fortement concurrentiel, en pleine vigueur depuis 2017 dans les Hauts-de-France, où la fidélisation des hommes et le recrutement d'apprentis sont un enjeu clé face à la pénurie de main d'œuvre qualifiée, Eridium-Groupe acquiert progressivement des compétences connexes, que ce soit avec le rachat du couvreur étancheur bardeur Arteic en 2015 ou avec la reprise en 2019 de 50 contrats de travail auprès de deux sociétés de la région en liquidation. Le groupe se structure avec l'ambition de devenir une ETI à moyen terme, projet qui s'appuiera sur la consolidation progressive de ses compétences et parts de marché, avec, pour prochaine cible, les acteurs de la charpente.



ANNICK BERRIER
PRÉSIDENTE
CRÉATION EN 1981

Après dix ans dans un groupe de BTP, Annick Berrier crée Soflacobat en 1981, première pierre d'Eridium-Groupe. Dirigeante engagée, elle intervient dans des centres de formation professionnelle afin de nourrir une meilleure perception de son secteur et de recruter dans les métiers qui y sont associés. Elle détient également plusieurs mandats au sein d'institutions professionnelles des Hauts-de-France : CCI de Région, Fédération du bâtiment, Initiative France, Comité consultatif de la SMABTP et présidente de Clubs d'affaires.

SIÈGE SOCIAL
Hauts-de-France

MARCHÉ
National

EFFECTIF 2019
109

CA 2019
23,8 M€

CA 2019 / 2018
29%



soflacobat.fr

ESAF

Entretien, renouvellement et création de voies ferrées

SIÈGE SOCIAL

PACA

MARCHÉ

National

EFFECTIF 2019

129

CA 2019

55,2M€

CA 2019 / 2018

23%



CAROLE VIGNON
DIRECTRICE GÉNÉRALE
NOMINATION EN 2019

Diplômée de l'IEP de Lyon et major de promotion du master 2 en Droit public des affaires à l'Institut de Droit et d'Economie des Affaires de Lyon en 2007, Carole Vignon développe une appétence pour le ferroviaire dans le cadre de son mémoire portant sur la déréglementation du secteur en Europe et ses conséquences en France. Après un passage dans la fonction publique, elle fait ses armes chez Réseau Ferré de France, Maia Rail, Egis et Colas Rail, avant de prendre la direction générale d'ESAF en vue d'une transmission par le fondateur.

ESAF, entreprise phocéenne spécialisée dans les activités ferroviaires, fête ses 20 ans, animée par l'ambition de prendre un nouveau positionnement répondant aux mutations de ses marchés. Fondée en 2000 par Jean-Baptiste Fernandez, entrepreneur de renom dans le secteur, ESAF s'appuie sur un savoir-faire diversifié dans les travaux ferroviaires comme l'entretien, le renouvellement ou la création de voies, auprès de clients tels que SNCF Réseau, la RATP, la région PACA. Bien ancrée en région et active sur les marchés nationaux, elle s'est fait une spécialité depuis 2012 dans la gestion de bases arrière suite-rapide. Dans un paysage de plus en plus concurrentiel, l'entreprise prend le virage des marchés globaux en conception/réalisation, où le client confie la gestion des travaux sur un périmètre élargi, et y intègre la conception. Un levier de développement lui permettant de répondre aux évolutions demandées par SNCF Réseau en termes d'autonomie sur les chantiers. L'entreprise qui compte 130 salariés a généré 55 M€ de CA en 2019.

Après deux décennies à se développer et à consolider ses activités, ESAF relève un nouveau défi : profiter de l'actuelle mutation des marchés de travaux ferroviaires pour la transformer en opportunité de croissance. Au-delà de son

savoir-faire sur la création de voies (pour le développement de LGV notamment) ou leur régénération (en accélération depuis Brétigny et l'accent mis sur la « mobilité du quotidien »), avec des chantiers menés en lignes fermées, de nuit et le week-end sur des interruptions temporaires de service dans un environnement extrêmement minuté ou en opération coup de poing avec des chantiers pouvant monter de 100 à 200 personnes, ESAF s'est créée une signature dans la gestion de bases arrière suite-rapide depuis 2012, véritable usine roulante permettant la remise à neuf des constituants d'une voie dans un temps limité. Une expertise très recherchée qui est aujourd'hui un atout majeur dans un marché où SNCF Réseau, le principal donneur d'ordre en France, cherche à généraliser le principe de la conception/construction sur les bases arrière ou les sites industriels. Outre des gros chantiers régionaux, des projets plus spécifiques sur des voies à écartements métriques et la pose d'appareils de voie dans le cadre des chantiers pluriannuels Vigirail, ESAF mise sur les habilitations et la formation pour se positionner en assembleur et répondre à des chantiers clés en main. Acteur de taille moyenne, ESAF continue à challenger les gros, filiales de groupes des travaux publics, et à recruter. Les machines à énergie verte constituent une autre de ses voies de différenciation dans les années à venir.

RÉSEAU BREMAT

Services au BTP

Créé en 1980 par François Beuzit et historiquement implanté dans le Finistère à Sainte-Sève, Réseau Bremat propose des services aux entreprises du BTP. Désormais présent dans la France entière, il articule son activité autour de quatre métiers liés aux domaines des travaux publics et de la carrosserie industrielle. Le réseau s'est principalement développé par création ex nihilo de filiales successives dans la France entière, en s'associant avec des partenaires locaux dans une logique de co-actionariat, leur laissant une grande indépendance dans leur gestion. Chaque entité s'adapte aux spécificités locales, une des clés du succès étant de conserver une grande proximité auprès des clients. Ce modèle quasi-coopératif et surtout vertueux, leur permet d'approcher les 55 M€ de CA en 2020, en croissance continue depuis 2016.

C'est sur les routes en cours d'aménagement ou de réfection que vous aurez l'occasion de voir ses trancheuses, raboteuses et balayeuses à l'œuvre. Spécialisé à sa création dans les trancheuses et la pose de réseaux télécoms, Réseau Bremat a progressivement diversifié son offre autour de quatre métiers : la pose mécanisée de câbles fibres optiques et polyéthylène haute densité, la location de matériel et de petits outillages à destination du BTP et des particuliers,

la location avec chauffeurs de matériels de rabotage et balayage de chaussée, et la carrosserie industrielle de poids lourds et fourgons. Aussi convaincues que leur père par la nécessité de ne pas diriger en étant isolé(es), Isabelle et Karine Beuzit décident de s'associer localement, à 50/50, avec des indépendants qui leur sont recommandés ou certains de leurs collaborateurs, qui souhaitent créer leur filiale. Dans une industrie à forte dimension capitalistique, elles leur permettent d'accéder aux ressources financières requises et au partage de bonnes pratiques entre exploitants, sans pour autant s'immiscer dans la gestion quotidienne de leurs filiales. Réseau Bremat compte 17 de ces sociétés d'exploitation, fixant elles-mêmes leurs propres objectifs. Ce modèle permet de démultiplier le potentiel de croissance de chacun en faisant fond sur l'engagement entrepreneurial des associés, tout en cultivant un fort esprit d'adhésion au réseau, particulièrement visible à l'occasion de son 40^e anniversaire qui a regroupé l'ensemble des salariés, leurs familles ainsi que les retraités du réseau. Engagées dans ce travail patient de développement et de pérennisation des entités et de leurs salariés, elles accompagnent aujourd'hui les premières transmissions au sein de ce réseau d'associés.



ISABELLE BEUZIT ET
KARINE BEUZIT-
MEESSEMAN

PRÉSIDENTE & DIRECTRICE GÉNÉRALE
TRANSMISSION

Isabelle Beuzit, diplômée de l'école de commerce de Reims, intègre en 1996 la société, fondée par ses parents, avant d'en prendre la direction en 2000. Elle est rejointe en 2001 par sa sœur Karine Beuzit, diplômée de l'ESSCA et ayant passé 2 ans en audit chez PwC, qui prendra la direction financière de Réseau Bremat en 2010 puis la direction générale en 2013. A la suite de la transmission familiale, Isabelle et Karine Beuzit détiennent en 50/50 la société mère.

SIÈGE SOCIAL
Bretagne

MARCHÉ
National

EFFECTIF 2019
270

CA 2019
53 M€

CAGR 2016 - 2019
12%



bremat.fr

SEEL LAUGEOIS

Entreprise générale de BTP

SIÈGE SOCIAL
Normandie

MARCHÉ
National

EFFECTIF 2019
76

CA 2019
18,9 M€

CA 2019 / 2018
38%



MAGALI LEGOUPIL
PRÉSIDENTE
TRANSMISSION EN 2013

Après une maîtrise en gestion et dix années en cabinet de conseil, Magali Legoupil rejoint Seel Laugeois en 2013 dans la perspective de reprendre l'entreprise de bâtiment dirigée par son père depuis 1995. D'abord directrice administrative et financière, puis directrice générale, elle prend totalement les rênes de la PME en tant que présidente en 2015. Dirigeante engagée, elle détient également plusieurs mandats au sein d'institutions professionnelles en Normandie : CCI de Région, Fédération du bâtiment du Calvados, GIL.

Seel Laugeois est une entreprise générale du bâtiment, spécialisée dans la maçonnerie et la menuiserie, fondée en 1890 près de Lisieux. L'entreprise qui a grandi avec l'histoire de France et la reconstruction de Lisieux après-guerre, s'appuie sur ses 130 années d'expérience pour accompagner ses clients dans des projets très variés, du bâtiment industriel à la résidence de loisirs en passant par les bâtiments publics. Réputée pour son expertise technique sur les sols très particuliers de la côte normande, l'entreprise fait le choix de concentrer son activité dans le pays d'Auge et sa région, où elle travaille aux mêmes standards que les majors du secteur, l'esprit familial en prime, sa géographie exclusive lui conférant un atout de fidélisation de ses compagnons qui apprécie la proximité entre lieu de vie privée et activité professionnelle. Générant 18,9 M€ de CA en 2019 avec des marchés allant du particulier en rénovation aux très gros chantiers de construction à plusieurs millions d'euros, le groupe porte ses effectifs à 80 en 2020.

Historiquement positionnée sur des activités de maçonnerie et menuiserie, Seel Laugeois est très attachée à faire perdurer son ancrage local et ses valeurs, insufflées par les cinq dirigeants qui se sont succédés, tout en

s'inscrivant dans la dynamique d'évolution du métier et de son environnement. Faisant fond de son héritage dans la construction de quartiers complets, de ponts, d'usines et d'équipements structurants comme l'érection de la CCI et du centre de secours lexoviens, du bâtiment EDF à Hérouville-Saint-Clair, de l'Horloge à Deauville ou les Rives de l'Orne à Caen, Seel Laugeois a pris un véritable virage vers le numérique en 2015, intégrant pleinement l'utilisation du BIM à sa méthode de travail, jusqu'aux premiers chantiers utilisant uniquement des maquettes numériques. Évolution technologique qui lui fournit une représentation digitale complète du projet tout en ayant accès aux différentes caractéristiques physiques et fonctionnelles du bâtiment. L'utilisation du BIM, couplée aux nombreux savoir-faire de l'entreprise, lui permet de se confronter aux majors de la construction et de se positionner sur de nombreux lots en gros œuvre, menuiserie intérieure, extérieure, plâtrerie et vêtire bois. Entreprise RGE (reconnue garante de l'environnement), ayant un fort recours à l'apprentissage, Seel Laugeois continue à tirer ses métiers vers le haut, avec des outils et compétences nouvelles, pour répondre à la demande de ses clients. L'entreprise a pour objectif de conforter sa position d'acteur à la technicité reconnue tout en conservant une taille familiale.



VALEUR ET CAPITAL

Investissement immobilier, gestion locative, placements financiers et courtage en crédit

Valeur et Capital dispose d'une palette d'activités parmi les plus larges du marché, au travers de quatre activités principales : l'investissement immobilier, l'administration de biens, les placements financiers et le courtage en crédit. Cette offre lui permet de répondre, au travers de ses 700 collaborateurs répartis sur 35 espaces clients partout en France, aux besoins de 40.000 clients investisseurs. Le groupe a généré en 2019 un CA de 146 M€, en croissance de 29% en moyenne depuis 2016 et poursuit sa trajectoire remarquable, avec un CA de 180 M€ attendu pour 2020 et un objectif de 1.000 collaborateurs à horizon 2023.

Valeur et Capital a célébré ses 35 ans de croissance en 2020. La dynamique du groupe lyonnais commence en 1985, lorsque Dora D'Ambrosio et Christophe Verpillot, mesurant l'étendue des potentiels de développement du segment qu'ils entendent conquérir, dessinent les contours d'un projet ambitieux : démocratiser la notion de patrimoine et contribuer à en faciliter la constitution. Valeur et Capital développe au fil des années un large spectre d'activités couvrant l'ensemble des besoins patrimoniaux et immobiliers de ses clients. La valeur ajoutée du groupe repose sur la pluralité d'une offre

fondée sur l'accompagnement du client à chaque étape de son investissement, approche lui permettant de construire des relations de long terme. Au fil des années, le groupe élargit et structure ses pôles métiers par croissance organique : le conseil, la gestion, le courtage en crédit et assurance, la promotion immobilière d'une part, les pôles inhérents à son écosystème, la formation professionnelle, le marketing et digital, les travaux et entretien d'autre part. Le conseil, regroupant notamment les produits immobiliers défiscalisants (Valority), les placements financiers (Valofi) et le crowdfunding immobilier (Find & Fund), a connu un développement significatif et représente la première activité du groupe. L'un des facteurs clés de son succès réside dans la sélection d'opportunités exclusives auprès de grands promoteurs et partenaires privilégiés permettant le développement de solutions sur-mesure pour ses clients. Le pôle gestion regroupe quant à lui une activité de gestion locative de plus de 7.500 logements en résidence classique (Pure Gestion) et de 4.500 logements étudiants de grande qualité (Les Belles Années) que Valeur et Capital ambitionne de porter à 10.000 à l'horizon 2023.



DORA D'AMBROSIO
PRÉSIDENTE
CRÉATION EN 1985

Dora D'Ambrosio débute sa carrière dans l'immobilier en 1981. En 1985, elle participe à la création de la société Catherine Mamet en tant que gérante associée en région Rhône-Alpes. Lors de la fusion des groupes Catherine Mamet et Ferinel en 1995, Dora D'Ambrosio en acquiert la filiale lyonnaise auprès de la Générale des Eaux et construit le groupe Valeur et Capital qu'elle dirige depuis.

SIÈGE SOCIAL
Auvergne-Rhône-Alpes

MARCHÉ
National

EFFECTIF 2019
620

CA 2019
146 M€

CA 2019 / 2018
29%

GRUPE
VALEUR ET CAPITAL
LE PATRIMOINE, L'ESPRIT GRAND OUVERT.

valeur-et-capital.com

SRA ARCHITECTES

Agence d'architecture

SIÈGE SOCIAL
Île-de-France

MARCHÉ
International

EFFECTIF 2019
55

CA 2019
8,6 M€

CA 2019 / 2018
18%

SRA
architectes

sra-architectes.com



CLÉMENCE SAUBOT
DIRECTRICE GÉNÉRALE
CRÉATION EN 2000

Diplômée de l'École d'architecture de Versailles, Clémence Saubot débute au sein d'agences internationales réputées, dont AREP où elle se forme au management de grands projets. Elle rejoint Jean Rouit et Hervé Metge auxquels elle s'associe en 2000, créant ainsi SRA Architectes. Clémence Saubot prend la direction de nombreux projets emblématiques. Son expérience du travail en partenariat à l'international permet à l'agence de nouer de fructueuses collaborations avec des agences internationales de grande renommée.

Dans un paysage de 30.000 architectes en France où seulement 20 cabinets dépassent les 20 M€, SRA Architectes fait fond sur une expérience de trente ans en matière de conception et de développement d'immeubles de grande hauteur et de grands établissements recevant du public. Spécialisée dans les projets d'envergure, l'agence est recherchée pour son expertise poussée et éprouvée dans l'accompagnement et la conduite des grands projets, mais aussi pour sa capacité à collaborer avec une autre équipe dans une relation d'échange et de confiance. Se définissant comme un « passeur » unifiant deux cultures et comme un « facilitateur », SRA Architectes est sollicitée par de prestigieuses agences étrangères en quête d'un partenaire français pour répondre à des concours et veiller au bon déroulement du projet (70 % de son activité). L'agence réalise un CA de plus de 8,5 M€ en 2019 et compte près de 60 collaborateurs en 2020.

De très beaux projets marquent 2019 pour SRA Architectes: le siège social du Groupe Le Monde, le flagship des Galeries Lafayette des Champs-Élysées et la dernière tour de la Cour de Justice de l'Union Européenne au Luxembourg. Fondée par Jean Rouit, Hervé Metge et Clémence Saubot en 2000, l'agence rassemble les compétences nécessaires

à l'élaboration et au déploiement de projets de grande complexité : coordination des intervenants, connaissance et application des réglementations spécifiques, maîtrise du contexte, maîtrise d'œuvre de chantiers de grande ampleur, pour lesquels l'agence mobilise, outre l'agence principale basée à Châtillon, des équipes dédiées in situ. Outre les IGH, SRA Architectes se positionne sur des travaux Haute Qualité Environnementale et d'innovation technique. Avec des projets concentrés en Île-de-France comme la tour PB6 (EDF) à La Défense en 2001, l'agence prend une dimension nationale en 2005 au travers du projet de Cannes Technopole, puis internationale avec des concours comme l'opéra d'Oslo ou la Gare de Turin. Elle enchaîne les livraisons emblématiques comme la tour First, la plus haute de France (230 m) en 2011, le projet Lascaux IV en association avec Snøhetta en 2016 et la Samaritaine en association avec SANAA en 2020. Récemment, l'agence a entrepris une réorganisation interne autour de quatre pôles : le Lab pour la R&D et les projets atypiques ; l'Architecture pour les réalisations intemporelles, élégantes et résilientes ; le pôle Association pour les projets en partenariat et la MOeX pour le management de projet et de chantier. Avec l'ambition à trois ans de se diversifier en Europe et la volonté de faire monter en responsabilité la jeune génération.

WENES GROUP

Aménagement de bureaux et réalisation de stands sur-mesure

Fondée en 2007 par Charline Prunier, Wenes Group est une PME française spécialisée dans l'aménagement de bureaux, la conception de stand sur-mesure et les opérations de street-marketing. Basée à Paris, Lyon et Nantes, l'entreprise concentre son activité autour de trois entités : Wenes Agencement, focalisée sur l'aménagement d'espaces de travail, Wenes Stand, spécialisée dans la réalisation de stand sur-mesure, et Wenes Event, dédiée à la réalisation d'opérations de street-marketing. En 2019, Wenes Group a réalisé un CA de 7,8 M€ et affiche une croissance moyenne de 29 % depuis 2016. Confronté à la crise du secteur de l'événementiel, Wenes Group a su tirer son épingle du jeu grâce à son métier d'agenceur.

Wenes Group naît en 2007 quand Charline Prunier, tout juste diplômée, a un coup de cœur pour l'univers du stand, un domaine qui conjugue ses trois passions : le design, le commercial et la gestion de projets. À 23 ans, elle pose la première pierre de l'entreprise : l'agence Wenes Stand, dédiée à la réalisation de stand sur-mesure. Avec peu de fonds de départ, Wenes se construit sur un business model en appui sur la sous-traitance, ne conservant en interne que les métiers essentiels. En croissance constante,

l'entreprise entame sa diversification à la demande de ses clients. Elle crée Wenes Agencement, dédiée à l'aménagement d'espace de travail, puis Wenes Event, spécialisée dans la réalisation d'opérations de street-marketing. Avec une clientèle composée à la fois de PME et de grands groupes, dans les secteurs de la mode, de l'agroalimentaire ou encore du médical, Wenes répond à l'ensemble des besoins en proposant des solutions sur-mesure. Connue dans le métier pour être « l'agence des filles », dans un univers très masculin, Wenes gagne en notoriété au fil du temps et réussit à s'attacher des marques de renom, à l'image de Beko & Grundig ou Giraudi. En pleine croissance, l'entreprise crée deux agences, la première à Lyon en 2012 puis à Nantes en 2017. En 2020, la crise sanitaire heurte durement le secteur de l'événementiel, Charline Prunier réoriente son activité vers son métier d'agencement d'espaces professionnels et propulse ainsi Wenes Agencement sur le devant de la scène. Un pari stratégique qui permet aux équipes de se concentrer sur le développement de cette activité.



CHARLINE PRUNIER
FONDATRICE
CRÉATION EN 2007

Diplômée d'un master 2 en finance et gestion financière de l'école supérieure de Management en Alternance (ESM-A), Charline Prunier découvre avec bonheur l'univers de la création de stand à la suite de son stage de fin d'études. Ayant envie d'entreprendre, elle se met à son compte et lance à seulement 23 ans WENES Group, une agence spécialisée dans l'aménagement d'espaces sur-mesure. Charline Prunier est aujourd'hui à la tête du groupe.

SIÈGE SOCIAL
Île-de-France

MARCHÉ
International

EFFECTIF 2019
20

CA 2019
7,8 M€

CAGR 2016 - 2019
29%

wenes^{group}

wenes-agencement.com

wenes-stand.com

wenes-event.com

GROUPE BOTANICA

Réalisation et conception d'espaces verts, irrigation et terrains de sport

SIÈGE SOCIAL

PACA

MARCHÉ

National

EFFECTIF 2019

269

CA 2019

23,2 M€

CA 2019 / 2018

30%



SANDRINE MARTIN
DIRECTRICE GÉNÉRALE
NOMINATION EN 2015

Diplômée d'une maîtrise en Sciences économiques de l'université Nice Sophia Antipolis et d'un master of science de Polytech Sophia, Sandrine Martin est entrée en 2001 comme stagiaire chez Groupe Botanica, société spécialisée dans la valorisation d'espaces verts. Elle y gravit tous les échelons depuis la qualité jusqu'à la direction générale en 2015, saisissant l'opportunité d'une augmentation de capital pour prendre une participation.

Créé dans les Alpes-Maritimes par Jean-Daniel Hernandez, le Groupe Botanica s'attache à réintégrer la nature au cœur des villes depuis plus de trente ans, par la création et valorisation d'espaces verts, de terrains de sport et de réseaux d'irrigation. Dans un paysage concurrentiel atomisé en une multiplicité d'acteurs, l'entreprise s'est construite sur une exigence permanente de qualité et une palette complète de services dans chacun de ses trois pôles. Implanté en PACA, où il réalise encore 50 % de son chiffre d'affaires, le groupe compte douze agences en France. En forte accélération depuis 2018, le groupe a pris place dans le top 5 des acteurs du secteur en France et ambitionne de prendre de l'envergure en Europe. Il signe une progression de son CA de 30 % entre 2018 et 2019 en terminant l'exercice à plus de 23 M€, réalisés à 55 % sur l'offre privée (promoteurs et clientèle de prestige).

Lancée en 1987 à Villeneuve-Loubet, près de Nice, Botanica a accéléré sa croissance en 2001, portée par un contexte où réintroduire la nature au cœur de la cité était devenu un enjeu stratégique des collectivités. Trente-trois ans plus tard, l'entreprise s'impose comme leader de son secteur, avec près de 300 collaborateurs en 2020, affichant un chiffre d'affaires en forte augmentation depuis 2018. La société déploie trois

branches d'activité : l'entretien et la création d'espaces verts pour les marchés publics, les promoteurs et clients de prestige, la maintenance et l'installation de réseaux d'irrigation (arrosage automatique, fontaines...) et la création de terrains de sport (golf, stade de foot, de rugby, hippodrome...). Elle compte à son actif l'aménagement du Stade de France, de l'OM, de l'Hippodrome d'Auteuil, l'entretien des espaces verts de la Défense, la création des bunkers du parcours du Golf National d'Evian, avec un concept de drainage inédit. Férée aussi bien de naturalité que de nouvelles technologies et d'intelligence artificielle au service de l'environnement, Botanica a mis au point un système d'arrosage automatique à distance révolutionnaire. Convaincue que le système de management structure l'entreprise au même titre que les process de standardisation (ISO notamment), la direction a mis en place la «Botanica Academy», une école de formation interne permettant de progresser sur ses métiers, de l'horticulture au management et d'accompagner la reconversion professionnelle de ses salariés, les aidant à préparer leur deuxième partie de carrière. Le groupe poursuit son développement en investissant auprès de chefs d'agence désireux de devenir intrapreneurs et en faisant des acquisitions externes au rythme de deux sociétés par an. Misant sur le green deal européen, elle vise les 50 M€ de CA à cinq ans.

LINKING TALENTS

Cabinet de recrutement et d'intérim multi-spécialisé

Fondé en 2007, Linking Talents est un groupe de recrutement multi-spécialiste présent au national au travers de huit implantations et d'une clientèle composée principalement de grands comptes et d'ETI. Le groupe s'est constitué autour de Payjob, son entité historique, aujourd'hui filiale spécialisée dans les fonctions de gestion de la paie et leader sur son marché. Linking Talents duplique cette approche au travers de marques dédiées, en abordant des niches disposant de particularités fortes ou d'une importante volatilité, sur des segments de marché présentant des déséquilibres entre offre et demande. La société propose un large spectre de services couvrant le recrutement, l'intérim, la formation, le portage salarial ou encore le conseil et l'audit. Linking Talents réalise un CA de 12,5 M€ en 2019, en croissance de 61% par rapport à 2018. Le groupe maintient un rythme d'intégration élevé de nouveaux consultants, avec 20 recrutements en 2020 et 10 additionnels prévus pour début 2021.

Une forte spécialisation métier dans la démarche de recrutement permet de délivrer une meilleure qualité de service, tant pour les candidats que les employeurs, en particulier sur des segments particuliers, présentant des déséquilibres structurels ou conjoncturels. Linking Talents est

née de ce constat effectué par Chloé Mesquida et Joseph Calen. Faisant fond sur la spécialisation croissante des métiers et la diversité grandissante des formes d'emploi, la société assoit rapidement sa réputation d'expert, vecteur clé de sa croissance et déploie une offre de services complète. Sa marque phare Payjob s'impose très vite comme leader du segment des fonctions de gestion de la paie, grâce à une solide équipe dédiée qui fidélise clients et candidats. Capitalisant sur le succès de sa première spécialité, le groupe se diversifie sur de nouvelles verticales au travers de filiales dédiées : Legal Talents (juridique et RH), Mercom (commerce, vente, ADV), CompTalents (comptabilité & finance), Talents IT et Talents Portage pour les métiers du digital. S'y ajoutent Talents Industrie et Talents Construction. Grâce à une méthodologie éprouvée et fortement digitalisée via une équipe IT intégrée, couplée à une approche basée sur une qualification des candidats très élevée, la société affiche des taux de transformation supérieurs à ses homologues. Fort de son succès, le groupe Linking Talents se dote d'une Fondation dédiée au financement de projets liés à l'intégration professionnelle, en collaboration avec la Fondation de France.



CHLOÉ MESQUIDA
ASSOCIÉE GÉRANTE
CRÉATION EN 2007

A l'issue d'une maîtrise en droit complétée d'un 3^e cycle en gestion de ressources humaines de l'ISOGEP-ESSEC, et d'une première expérience de trois ans au sein d'un cabinet de recrutement, Chloé Mesquida fonde en 2007 avec Joseph Calen le cabinet Payjob, une agence de recrutement spécialisée dans les fonctions paie, qui sera la première entité du groupe multi-spécialiste de recrutement Linking Talents.

SIÈGE SOCIAL
Ile-de-France

MARCHÉ
National

EFFECTIF 2019
40

CA 2019
12,5 M€

CA 2019 / 2018
61%

**LINKING
TALENTS**

linkingtalents.fr

LE STUDIO LED

Fournisseur de solutions d'éclairage LED

SIÈGE SOCIAL
Ile-de-France

MARCHÉ
National

EFFECTIF 2019
8

CA 2019
5 M€

CA 2019 / 2018
40%



CORINNE GRAPTON
PRÉSIDENTE
CRÉATION EN 2013

Diplômée de l'IUT Saint-Etienne et de l'EM Lyon, Corinne Grapton perfectionne sa culture du marketing chez Pitney Bowes, entreprise américaine spécialisée dans l'affranchissement postal où elle occupe des fonctions de direction pendant plus de cinq ans avant d'être nommée en 2008, directeur Business Excellence / CSR & Relations Stratégiques chez Ricoh France, groupe japonais fournisseur de technologies et de services. Elle y développe des convictions fortes autour de la RSE et cofonde Le Studio LED en 2013.

Entreprise implantée à Colombes en Ile-de-France, Le Studio LED a été lancée en 2013 par Corinne Grapton et son associé Michel Moulin avec la volonté d'amener les entreprises et collectivités sur la voie des réductions d'énergie. Le concepteur français leur propose un accompagnement sur-mesure dans leurs projets de modernisation de l'éclairage en LED. Ses solutions, conçues pour s'adapter aux besoins et répondre à la meilleure équation économique et écologique, adresse aussi bien le secteur BtoB et que celui de l'éclairage public. Très tôt, la PME fait le choix de la LED connectée, avec la promesse de projets autofinancés par les économies d'énergie. Elle inclut dans ses systèmes lumineux des capteurs capables de détecter la présence, la température, la luminosité et de dialoguer avec d'autres systèmes IOT pour valoriser la donnée. Le Studio LED affiche une croissance de 40 % en dernière année avec un CA de 5 M€ en 2019 et porte ses effectifs à 11 en 2020.

Faire des points lumineux une infrastructure connectée (capteurs et beacon) capables de dialoguer, telle est la raison d'être du Studio LED. Mettant de l'intelligence dans ses installations pour qu'elles puissent s'interconnecter à d'autres éléments, ses solutions permettent d'« Éclairer

Mieux Consommer Moins ». Restituant la donnée, elles ouvrent des applications plus larges, comme de fournir des pistes d'optimisation dans les métiers des utilisateurs. Elles équipent aussi bien les espaces publics que les bâtiments tertiaires et les centres logistiques. Le Studio Led compte parmi ses clients Geodis, Fareva, IDEC, Danone ou encore les villes d'Argenteuil, Nérac et Bry-sur-Marne. Ayant éprouvé les vertus de la RSE sur la création de valeur, Corinne Grapton en fait l'axe central de son business model, dans une approche pragmatique. Elle met le besoin client au centre de sa démarche, pouvant prendre en charge le projet d'équipement dans sa globalité, de la phase d'audit et d'études à l'installation du parc d'éclairage, ou participer spécifiquement à l'une des phases. Garantissant le ROI de ses solutions par contrat de services, la PME propose à des clients qui ne sont pas encore au LED de les équiper et de se rémunérer sur les économies générées. L'innovation étant son second fer de lance, la PME fait évoluer ses offres en misant sur des opportunités de marché. Elle travaille aujourd'hui à des lampes UV capables de désinfecter des surfaces, interconnectées à ses capteurs de présence, répondant ainsi aux besoins mis au jour par la crise sanitaire. En progression soutenue, Le Studio Led s'est classé 21^e sur 500 aux Champions de la Croissance du groupe Les Echos 2020.

EQINOV

Conseil en performance énergétique

Basé à Issy-les-Moulineaux en Île-de-France, Eqinov est une entreprise française indépendante, acteur de la transition énergétique au service des secteurs de l'habitat, du tertiaire et de l'industrie. Spécialisée dans la fourniture de services, la société co-fondée en 2011 par Natacha Hakwik et Sylvain Lagarde propose des solutions de financement de projets d'efficacité énergétique, avant d'élargir son offre au conseil en performance énergétique et à la valorisation de la flexibilité de consommation électrique. En 2019, Eqinov réalise un CA de près de 45M€ et affiche une croissance moyenne annuelle de près de 79% au cours des trois dernières années. A la suite de l'acquisition de Winergia, société de conseil en performance énergétique dédiée au tertiaire, les effectifs de l'entreprise ont presque doublé en 2020.

Sylvain Lagarde et Natacha Hakwik sont des entrepreneurs passionnés par les enjeux du secteur de l'énergie et animés par la conviction que le consommateur doit être un acteur majeur de la transition énergétique. Ils décident de construire leur offre autour de l'accompagnement dans les solutions de financement dédiées aux projets d'efficacité énergétique, en s'appuyant notamment sur le mécanisme naissant des certificats d'économies d'énergie.

En 2014, dans l'objectif de devenir un acteur intégré et d'accompagner ses clients plus loin dans la logique du «consommer moins», la société développe des prestations d'audit énergétique et de management de l'énergie. Eqinov se démarque grâce à sa qualité de service lui permettant d'initier dès 2015 sa 50^e mission d'accompagnement, avant d'intégrer un troisième volet à son offre : la flexibilité de la consommation électrique, consistant à piloter au mieux la consommation énergétique de ses clients. Avec plus de 50M€ de projets de financement de travaux d'économies d'énergie, Eqinov offre aujourd'hui une large palette de services allant de l'audit énergétique à l'obtention de subventions pour la mise en place d'équipements plus économes en énergie, en passant par l'optimisation des périodes de consommation. En moins de 10 ans, la société affiche un portefeuille de plus de 2.000 clients dont certains grands comptes tels que Nexity, Safran ou le CNRS. Les dirigeants d'Eqinov désireux de contribuer à la structuration de leur secteur, sont membres cofondateurs de l'association Luciole Energie, collectif de PME innovantes et indépendantes entendant participer au débat public autour de la transition énergétique. Toujours projeté vers l'avenir, Eqinov suit les innovations technologiques et réglementaires impactant son marché, et ambitionne de déployer son offre en Europe.



NATACHA HAKWIK
DIRECTRICE ASSOCIÉE
CRÉATION EN 2011

Après une maîtrise en Mathématiques appliquées et un DEA en Finance de marché, Natacha Hakwik intègre le secteur de l'énergie avec une première expérience en tant que risk manager chez Direct Energie. Quatre ans plus tard, elle rejoint la Commission de Régulation de l'Énergie en tant qu'analyste, avant de signer chez Alpiq comme portfolio manager, où elle est chargée de l'approvisionnement en énergie. Elle co-fonde Eqinov en 2011 avec Sylvain Lagarde et rejoint l'entreprise en 2014 en tant que directrice associée.

SIÈGE SOCIAL
Île-de-France

MARCHÉ
National

EFFECTIF 2019
35

CA 2019
44,7 M€

CA 2019 / 2018
112%

eqinov

eqinov.com

SILAMIR

Conseil en transformation digitale et organisationnelle

SIÈGE SOCIAL
Île-de-France

MARCHÉ
International

EFFECTIF 2019
289

CA 2019
27 M€

CA 2019 / 2018
200%



silamir.com



**JULIETTE SORIA
ET MURIEL FIGER**
CO-DIRIGEANTES
CRÉATION EN 2011

Diplômée de Sciences Po Paris, Juliette Soria débute sa carrière comme consultante pour des cabinets d'audit et de conseil. Elle y rencontre sa future associée, Muriel Figer, diplômée d'HEC Paris, consultante également. En parallèle de leur activité et notamment des chantiers de reconversion de sites industriels qu'elles accompagnent, elles fondent Sekkia en 2006, avec la volonté d'apporter des services nouveaux au monde du travail et se lancent dans l'aventure entrepreneuriale à 100 % en 2011 avec Silamir.

Créé en 2011 à Paris par Juliette Soria et Muriel Figer, Silamir délivre des services innovants aux entreprises, transformant les expériences client et collaborateur, grâce à une approche pluridisciplinaire et itérative. Le pure player à la démarche disruptive s'appuie sur une triple expertise : Stratégie & Change, Tech & Data et Design global (Design d'expérience, UX-UI et produit). Ses clients vont de la start-up au grand groupe, de tous secteurs. Fort de 300 collaborateurs, avec des bureaux à Paris, Rennes et à l'international, notamment au Maroc, Silamir adresse les besoins d'acteurs comme BNP Paribas, Orano, Orange, Kering, M6, Greenflex ou Leboncoin. En plus d'une croissance organique soutenue, Silamir réalise une 2^e acquisition en 2019 avec Digital and You, société de conseil en transformation digitale. Elle triple de taille en 2019 et passe la barre des 30 M€ de CA et 300 salariés en 2020.

Silamir est un pure player de la transformation des entreprises qui aborde leurs chantiers complexes par combinaison d'expertises. Capable de scanner les sujets aussi bien digitaux qu'organisationnels, il en appréhende tous les domaines transverses (Change, Tech, Design), construit la solution avec le client, y adjoint les briques de

compétences adéquates et s'engage sur les résultats. Sa branche historique, Stratégie & Change, transcende les contraintes et apporte de l'innovation dans le quotidien des métiers, qu'il s'agisse d'améliorer le fonctionnement digital interne, de renforcer l'adhésion des équipes ou d'exploiter une data disparate. En 2015, l'entreprise acquiert Caïman Design, acteur du design global, spécialisé dans le digital, le design produit et la conception industrielle. Suit en 2019 le rachat de l'ESN Digital and You qui renforce les expertises technologiques du groupe et lui permet de répondre au marché avec un nouveau modèle de société de services, capable de piloter des projets comme de mettre des ressources à disposition. Ces acquisitions lui permettent le pilotage de programmes complexes, tech ou non, avec une approche holistique et une exécution en mode agile et design thinking : Change management, Déploiement à l'échelle et formation, Conseil RH, Stratégie et architecture IT, Evolution du legacy, Développement et maintenance, Sécurité, Design UX-UI, Design de produits et services... Récompensé à de multiples reprises (Bpifrance Excellence, ministère des Affaires Étrangères, Observer du Design, Janus), Silamir investit de nouveaux champs de croissance sur des sujets comme la cybersécurité.

AILANCY

Conseil en organisation pour les secteurs financiers

Ailancy est un cabinet indépendant comptant plus de 170 consultants en accompagnement stratégique, managérial et opérationnel des acteurs de la banque, de la finance et de l'assurance, en France, au Maroc et au Luxembourg. Créé il y a 12 ans, il est l'un des acteurs de référence du marché, comptant parmi ses clients la plupart des grands groupes bancaires et d'assurance, ainsi que de nombreux indépendants. Cette reconnaissance du marché s'est construite par la forte implication des associés auprès des clients, un niveau d'expertise élevé et une contribution aux débats de place auxquels le secteur est confronté. En croissance de 12% entre 2016 et 2019, Ailancy réalise un CA de plus de 21 M€ en 2020 avec un effectif passant le cap des 100 salariés cette année, et affiche un plan de développement à trois ans très volontariste.

La succession de crises depuis 2008, les évolutions réglementaires qui en découlent et les modifications structurelles induites par une digitalisation croissante contraignent les acteurs financiers à considérer des évolutions significatives de leurs stratégies et organisations. C'est dans ce contexte que Marie-Thérèse Aycard et Pierre Monteillard, rejoints par six autres associés, fondent Ailancy, cabinet de conseil en organisation et en management dédié au secteur de la banque, de la finance

et de l'assurance. La croissance rapide d'Ailancy connaît une nouvelle étape en 2016 avec le déploiement d'un pôle spécialisé en IT, lancé sous la marque Avanty, centré sur la transformation digitale par la mise à disposition d'experts en délégation de compétences à destination de la bancassurance, via des consultants internes et un réseau de 80 experts contractuels. Après une première plateforme au Maroc au travers de l'acquisition de Latitude Consulting en 2017, le groupe ouvre une seconde filiale internationale au Luxembourg en octobre dernier et entend poursuivre son expansion européenne par l'Italie, l'Espagne, la Belgique et la Suisse. Extension qui lui permet de présenter des offres sur une palette de tarifs plus large.

En 2020, Ailancy entre dans un nouveau cycle de développement. Les frontières entre le digital et l'international étant moins marquées, le cabinet vise une équipe unique aux compétences plus globalisées. Pierre Monteillard ayant passé la main au printemps dernier, le cabinet refond son capital et intègre quatre nouveaux associés, parmi lesquels des collaborateurs ayant grandi en interne, représentant la nouvelle génération amenée à jouer un rôle croissant dans le développement de l'entreprise. La PME envisage également de se développer par croissance externe sur son cœur de métier.



MARIE-THÉRÈSE AYCARD
PRÉSIDENTE
CRÉATION EN 2008

À la suite de sa formation d'ingénieure, Marie-Thérèse Aycard démarre sa carrière au sein d'une SSII et réalise ses premières missions au sein de sociétés financières. Dans un contexte de forte transformation de ce secteur, elle crée en 1989 sa première société de conseil qui connaît un développement rapide. Souhaitant néanmoins élargir son réseau d'affaires, elle intègre cinq années plus tard Eurogroup Consulting, dont elle sera à cette date la seule femme associée. En 2008, elle s'associe à Pierre Monteillard pour lancer Ailancy.

SIÈGE SOCIAL
Ile-de-France

MARCHÉ
International

EFFECTIF 2019
91

CA 2019
21,4 M€

CAGR 2016 - 2019
12%

Ailancy
make it happen!

ailancy.com

ENERLIS

Opérateur global de la transition énergétique et écologique

SIÈGE SOCIAL
Ile-de-France

MARCHÉ
National

EFFECTIF 2019
80

CA 2019
45,1 M€

CA 2019 / 2018
47%



AURÉLIE GAUDILLÈRE
PRÉSIDENTE
CRÉATION EN 2013

Aurélie Gaudillère arrive dans le Green IT par une première entreprise de distribution informatique co-dirigée avec son associé où elle s'intéresse notamment à la réutilisation de la chaleur fatale produite par les data centers. Elle co-investit ensuite dans différents secteurs ayant en commun des problématiques environnementales, avant de co-fonder Enerlis, société de services dédiée aux économies d'énergie et la neutralité carbone en 2013.

Implantée à Boulogne-Billancourt en Ile-de-France, la société Enerlis fait fond sur une approche disruptive du marché de l'efficacité énergétique et environnementale proposant de lui appliquer le modèle de la SS2I et d'adopter une vision 360 là où le métier tendait à fonctionner en silo. Enerlis est aujourd'hui un opérateur global de la transition énergétique adressant majoritairement les problématiques liées au bâti pour le compte de collectivités, bailleurs, copropriétés et structuré en pôles d'experts : bureau d'études, exploitation, maintenance et ingénierie financière. Indépendant de tout énergéticien, sa croissance vigoureuse l'a fait passer de cinq personnes en 2013 à 90 personnes aujourd'hui, par une politique soutenue de recrutement et par le développement de ses filiales Loris Enr, Esope, Nextep et Régisolaire. Enerlis dépasse les 60 M€ de CA en 2020 réalisant près de 50% de plus qu'en 2019.

Enerlis a été créé en 2013 par Aurélie Gaudillère et son associé Thierry Martin. Le duo s'est formé quelques années plus tôt dans l'informatique, avec un intérêt marqué pour le Green IT à l'issue de la vente de leur première société. Prenant des participations dans des sociétés actives dans l'immobilier, les batteries de stockage et la certification énergétique, ils décident de pousser la démarche plus loin et de créer leur

propre société de services en économie d'énergie. Opérateur global de la transition énergétique et écologique, Enerlis propose une approche intégrée aux secteurs du bâti et de la mobilité, autour de ses savoir-faire en efficacité énergétique et énergies renouvelables (borne de recharge, solaire, hydroélectricité, hydrogène décarboné...). Il conçoit, réalise et finance leurs rénovations énergétiques en s'engageant sur les résultats (baisse de la facture énergétique, diminution de l'impact environnemental). Présent partout en France et dans les DOM, le groupe a l'avantage de l'agilité pour s'adapter aux besoins des territoires et de tous les parcs immobiliers, résidentiels, institutionnels, tertiaires et industriels. L'ambition est de taille : décarboner les infrastructures pour prendre le chemin de la résilience climatique. Enerlis entend quintupler ses revenus à moyen terme par croissance interne ou externe. Aurélie Gaudillère et Thierry Martin ont choisi d'alterner leurs fonctions tous les trois ans. La dirigeante a ainsi pris la présidence du groupe en juin dernier. Cette gouvernance s'inscrit dans la droite ligne des valeurs d'Enerlis, notamment en termes de respect de la parité. Le groupe compte autant de femmes que d'hommes à tous les niveaux hiérarchiques et dans l'ensemble de ses métiers.



enerlis.fr

TEAMINSIDE GROUP

Cabinet spécialisé dans la mise à disposition de ressources digitales

Teaminside Group est un acteur des ressources humaines dédié aux talents digitaux, né de la fusion en 2017 de Teaminside, spécialiste de la mise à disposition de compétences pour les grands groupes et d'Aravati, cabinet de recrutement en compétences digitales. S'appuyant sur cinq marques à la suite de l'acquisition de La Relève, Elevate Agency et Monsieur Guiz en 2020, les services proposés s'étendent du conseil organisationnel et opérationnel, de la chasse de tête et du management de transition à la mise à disposition de personnel en régie. Le groupe se distingue par une approche intégrée de la transformation digitale, en couvrant un large spectre de compétences techniques (développeurs, UX, SEO, marketing digital, ...) et fonctionnelles (chefs de projets, managers de transition, ...). Avec plus de 300 consultants, entre Paris, Lille et Montréal, Teaminside Group a en portefeuille plus de 50 grands comptes incluant L'Oréal, Société Générale, OUI.sncf ou Samsung et des ETI telles que CoyoteSystem, Meilleurtaux.com ou LesFurets.com. En 2019, le groupe a généré 26 M€ de CA, en croissance moyenne annuelle de 36% sur les trois dernières années. Teaminside Group porte ses effectifs à 210 en 2020.

Teaminside Group répond à l'accélération de la transformation digitale des entreprises. Combinant les métiers de management

de transition, de mission en régie et de conseil, le groupe se positionne pour répondre aux attentes de ses clients, dans un contexte de rareté des compétences. A l'explosion des besoins en ressources humaines digitales, s'ajoute une importante évolution des modes d'organisation du travail et une recherche croissante de liberté par les nouvelles générations : en recrutant la quasi-totalité de ses experts en CDI, en leur offrant l'opportunité de travailler en mode projet chez les clients, Teaminside propose un environnement de travail attractif pour ses insiders, que la société accompagne dans leur développement de compétences, savoir-être et carrière. Pour se donner les moyens de saisir au mieux le large potentiel de croissance qui repose tout à la fois sur l'extension des compétences techniques, l'adjonction d'expertises verticales et un développement géographique, Teaminside réalise une augmentation de capital de 10 M€ en 2019 et intègre trois nouvelles marques en 2020, Elevate Agency, pour accélérer dans le recrutement des métiers de la data, Monsieur Guiz, acteur incontournable du Product Management et La Relève, spécialisée dans le recrutement de talents pénuriques de 0 à 5 ans d'expérience. Affichant l'ambition d'être le seul acteur capable d'accompagner le client sur l'ensemble de ses besoins RH en digital, tout en restant ancré dans l'humain et la proximité, Teaminside vise un doublement de ses effectifs et de son CA à trois ans.



HYMANE BEN AOUN
CO-PRÉSIDENTE
NOMINATION EN 2018

Diplômée de La Sorbonne, Hymane Ben Aoun débute sa carrière comme commerciale dans le secteur des industries graphiques, avant de rejoindre un cabinet de recrutement. Elle fonde en 1996 Diaphane Ressources Humaines, un acteur spécialisé dans les métiers du digital et lance en 2004 sur le même segment Aravati, un cabinet de chasse qui fusionnera avec Teaminside en 2017 pour devenir Teaminside Group, dont elle assure aujourd'hui la coprésidence.

SIÈGE SOCIAL
Ile-de-France

MARCHÉ
International

EFFECTIF 2019
205

CA 2019
26 M€

CA 2019 / 2018
27%



teaminside-group.com

ECOGREENENERGY

Conception et gestion d'équipements de production d'énergie décarbonée

SIÈGE SOCIAL

Grand Est

MARCHÉ

National

EFFECTIF 2019

34

CA 2019

16,1 M€

CA 2019 / 2018

33%



ecogreenenergy.fr



AMANDINE AUBERT
PRÉSIDENTE DIRECTRICE GÉNÉRALE
CRÉATION EN 2008

A l'issue d'un DESS de gestion industrielle et innovation à Strasbourg complété par un MBA en Management de l'Université de Laval (Québec), et d'une première expérience au sein d'une entreprise d'équipement industriel, Amandine Aubert fonde en 2008 à Strasbourg EcoGreenEnergy une société dédiée à la conception et l'implémentation de solutions d'efficacité énergétique industrielle.

EcoGreenEnergy, spécialisée dans le recyclage de la chaleur fatale industrielle (l'énergie rejetée par les process de production industriels), a été fondée à Strasbourg en 2008 par Amandine Aubert. Initialement focalisée sur la réalisation de diagnostics de performance énergétique, la société développe dès 2011 ses propres solutions de production de chaleur verte clé en main qu'elle déploie sur les sites de ses clients, dans un objectif d'améliorer leur compétitivité industrielle et de réduire leur impact environnemental. Un business model élaboré et performant, un gisement de chaleur fatale généré par des milliers de sites industriels en France (dont la moitié à des températures inférieures à 100°C, sur lesquelles l'entreprise a développé une expertise inégalée), et une prise de conscience environnementale progressive chez les industriels, ouvrent à la société d'importantes perspectives de croissance et d'impact. EcoGreenEnergy a multiplié son chiffre d'affaires par six sur les trois dernières années et porte ses effectifs à 49 en 2020.

Avec près de 90 GWh thermiques de chaleur verte produite en 2019 par ses installations déployées sur près d'une centaine de sites de production de grands groupes et d'ETI des secteurs agro-alimentaire, chimique, pharmaceutique ou encore automobile, à l'instar de Ardo, Gerflor, Procter&Gamble, GSK,

PSA, Caterpillar, Punch Powerglide, etc., la société fait fond sur une offre unique sur le marché : EcoGreenEnergy combine une forte expertise d'évaluation des gisements de chaleur fatale, avec un savoir-faire éprouvé dans la conception et la réalisation d'infrastructures de production de chaleur verte, qu'elle déploie chez ses clients. La société offre ainsi aux industriels la possibilité de valoriser les énergies perdues ou rejetées (gaz de combustion, eau de refroidissement...) dans le cadre de leur autoconsommation (flux de process ou de chauffage...), contribuant tout à la fois à la compétitivité, et dans certains cas la productivité de l'appareil industriel, en plus de sa décarbonation, dans un contexte de durcissement réglementaire sur les émissions carbone. Si l'activité de la société se concentrait jusqu'ici sur la vente clé en main d'infrastructures, l'année 2019 voit la transformation d'EcoGreenEnergy en véritable fournisseur d'énergie verte, qui assume les investissements dans l'infrastructure et vend au compteur une énergie moins coûteuse et décarbonée, dans le cadre de contrats pluriannuels. Disposant d'importantes perspectives de croissance sur son marché domestique, l'entreprise prépare par ailleurs son extension en Europe, en plus de considérer le développement de réseaux privés de chaleur à partir de la capture de chaleur fatale.

BRAIN CUBE

Fournisseur de solutions IIoT

Créée dans le Puy-de-Dôme en 2007, Braincube développe une plateforme IIoT et une suite d'applications professionnelles ayant vocation à optimiser les performances de l'industrie manufacturière. La société auvergnate compte parmi les acteurs les plus avancés de la révolution digitale des modes de production industriels sur la base de l'intelligence artificielle : de l'usine connectée à l'optimisation algorithmique prédictive, vers les applications d'usine intelligente, elle constitue les bases des futurs standards de l'usine autonome. Évoluant dans un marché plus mature aujourd'hui, avec un vocabulaire commun installé et des besoins en solutions pour passer à l'industrie 4.0 mieux définis, Braincube établit son chiffre d'affaires à près de 8,5 M€ en 2019. Passant la barre des 150 salariés dans le monde, elle projette une croissance à deux chiffres en 2020, tirée par les Etats-Unis où l'entreprise réalise 25% de son activité.

Braincube se lance sur le marché en 2008 avec le papetier Arjo Wiggins qui lui accorde sa confiance pour le déploiement d'un premier moteur d'analyses de données sur deux de ses usines. Dès sa première année d'activité, la société réalise un million d'euros de chiffre d'affaires, accompagne ses clients sur des déploiements aux US et au Brésil, où elle ouvrira deux

filiales. Elle investit massivement dans sa plateforme IIoT, permettant de compiler les données complexes générées par les machines, systèmes d'informations et capteurs d'une production industrielle. Technologie qu'elle complète par des solutions Cloud permettant de les enrichir, les contextualiser et d'optimiser ainsi la production en temps réel. Aujourd'hui, ses outils de collecte et d'analyse trouvent suite dans plus de 70 applications d'intelligences opérationnelles, transformant les données brutes en éléments exploitables. Après avoir attaqué le marché de la transformation industrielle par les gros groupes mondiaux multi-usines, avec des références aussi prestigieuses qu'ArcelorMittal, Safran, Thales, Airbus, Dow, Faurecia, Saint-Gobain ou encore Nestlé, Braincube adresse désormais des PME et ETI via sa plateforme Edge lancée en juin 2019 et la Edge Box de Siemens, offre permettant de proposer des solutions IIoT à prix abordables. Bénéficiant d'une dynamique de marché très porteuse depuis 2015 et comptant plus de 250 sites de production utilisant ses outils sur six continents, Braincube continue de renforcer ses activités au travers de partenariats technologiques et d'alliance avec des cabinets de référence. Elle s'assure de rester leader du marché en constituant ses équipes avec des ingénieurs, docteurs, développeurs, experts en Big Data, commerciaux et consultants aguerris.



HÉLÈNE OLPHE-GALLIARD
COFONDATRICE
CRÉATION EN 2007

Après des études d'ingénieur et une expérience au sein d'un cabinet de conseil focalisé sur le domaine industriel, Hélène Olphe-Galliard s'associe à Laurent Laporte et Sylvain Rubat du Merac pour lancer en 2007 IP Leanware (Braincube) dont elle prend en charge le business development. L'équipe dispose d'une forte connaissance des processus de production industrielle et partage la conviction que les données constituent une mine encore insuffisamment exploitée, susceptible d'optimiser la performance des usines.

SIÈGE SOCIAL
Auvergne-Rhône-Alpes

MARCHÉ
International

EFFECTIF 2019
78

CA 2019
8,5 M€

CA 2019 / 2018
16%



braincube.com

APPLIUM

Intégrateur de solutions SAP

Distribution, intégration et maintenance de solutions SAP

SIÈGE SOCIAL
Ile-de-France

MARCHÉ
National

EFFECTIF 2019
76

CA 2019
11,9 M€

CAGR 2016 - 2019
25%



ALIX PONSADA
DIRECTRICE GÉNÉRALE
NOMINATION EN 2015

Diplômée d'un bachelors de l'American Business School à Paris, Alix Ponsada a su très rapidement qu'elle se destinait à une carrière internationale. Elle démarre sa carrière en 2004 chez Business & Décisions en tant que consultante, puis chef de projet SAP Finance. Cinq ans plus tard, elle entre chez PPG Industries où elle assure la gestion des projets de mise en œuvre de SAP au niveau européen, tout en gérant des projets à l'échelle mondiale. Elle rejoint Applium en 2015 en tant que directrice générale.

Fondée en 2002, Applium est une PME française dédiée à la mise en œuvre et la maintenance des solutions de l'éditeur SAP. Reconnue pour ses conseils opérationnels, ses intégrations et optimisations des solutions SAP, la société se positionne comme un cabinet «end to end», capable de traiter l'ensemble des dimensions d'un projet, de la conception à la réalisation. Focalisée sur l'ERP (modules finance, logistique, production, gestion de projet, maintenance...), le procurement (SAP Ariba), la dématérialisation et l'archivage (achats, factures fournisseurs), Applium est un partenaire de confiance auprès de sa clientèle de PME et filiales de grands groupes. Elle réalise un CA de 11,9 M€ en 2019 et affiche une croissance moyenne annuelle de 25% depuis 2016. En plein développement, la société effectue près de 15 recrutements en 2020, qui viennent renforcer son équipe de plus de 90 consultants fonctionnels et techniques.

Après onze années chez Bull aux Etats-Unis et en France, Bertrand Dalaison fonde Applium en 2002, avec la volonté d'apporter aux clients SAP des prestations innovantes. La société, qui se démarque par la forte expertise de ses consultants (15 ans d'expérience moyenne) et sa capacité à maîtriser l'ensemble des dimensions d'un projet tout en s'engageant sur les résultats, développe son maillage

territorial et ouvre un bureau à Lyon en 2008. En juin 2016, sous l'impulsion de sa nouvelle directrice générale, Applium signe son plus gros contrat de TMA (Tierce Maintenance Applicative) et l'un des plus importants projets de déploiement de solution, représentant au total 15% de son CA annuel, qui marque un cap important dans le nouvel élan donné à l'entreprise. La même année, la société décide d'accentuer sa présence en France en ouvrant un troisième bureau à Bordeaux, où elle recrute 18 consultants en moins de deux ans, avant de s'implanter à Marseille, Montpellier et Rennes. En 18 ans, avec des clients comme Boardriders, Business France, Chantelle, Daher, Dassault, Groupama ou Boulanger, Applium est devenu un acteur incontournable de l'écosystème SAP en France, reconnu sur le segment des projets ERP et leader sur la dématérialisation, dans un marché où les flux paperless déjà en place dans le secteur public seront encore un enjeu pour les 5 à 10 ans à venir. Sur des pentes de croissance et de rentabilité en accélération depuis trois ans, elle ambitionne de faire rapidement partie des dix premiers revendeurs en France de l'éditeur. La société se fixe également de poursuivre ses investissements en compétences et de passer à 150 personnes d'ici trois ans, et envisage de potentielles acquisitions dans les années à venir pour compléter son expertise.

MEDIAPART

Quotidien indépendant d'information en ligne

Journal d'information numérique par abonnement, Mediapart est l'un des rares médias digitaux d'information grand public payants, rentable depuis 2011, soit seulement quatre ans après sa création. Son nombre d'abonnés dépasse les 200.000 en 2020. Disponible en trois langues, français, anglais et espagnol, Mediapart structure les contenus présents sur son site en trois entrées principales : Le Journal, tenu par la rédaction, Le Club, animé par les internautes abonnés, Le Studio, rassemblant les contenus multimédia (live quotidien, photos, vidéos, podcasts, documentaires) émanant de sa rédaction comme de divers contributeurs, et pour certains en partenariat avec Arte Radio, France Culture, la plateforme vidéo Tënk ou l'association Images en Bibliothèques. Ces démarches s'inscrivent dans la volonté de l'équipe de faire vivre le débat démocratique au travers de ses éditions, dans une logique participative, pluraliste et multimédia. Mediapart porte ses effectifs à 100 et dépasse les 20 M€ de chiffre d'affaires en 2020.

En 2007, Marie-Hélène Smiejan décide d'apporter son expérience de gestionnaire au projet ambitieux des journalistes François Bonnet, Laurent Mauduit et Edwy Plenel: lancer un quotidien d'information et d'investigation politique dans un contexte de crise de la presse écrite, à la recherche

de nouveaux modèles susceptibles de s'avérer pérennes. Pionnier, le journal construit sa croissance sur le pari d'une information qualitative et indépendante payante en ligne, sur un site sans publicité. Dans un paysage médiatique marqué par l'immédiateté de l'information et une politique de gratuité sur le web menée par les grands journaux, Mediapart, avec trois éditions par jour, privilégie un rythme de diffusion autorisant le temps long de la réflexion et de l'enquête. Le titre capitalise sur de nouveaux formats pensés pour leur diffusion en ligne. Après deux années concentré sur l'éditorial, Mediapart travaille son marketing et la relation abonnés, et la formule prend : le média atteint l'équilibre en 2010. De 23 journalistes sur 26 salariés au démarrage, Mediapart s'appuie désormais sur une centaine de salariés, dont 55 journalistes, le reste de l'équipe se répartissant dans les fonctions techniques, marketing, réseaux sociaux, services abonnés et fonctions support. Elle est complétée par 80 journalistes pigistes, principalement à l'international. Défendant les valeurs d'une réussite collective, avec des contenus explorant toute la dimension du web et de ses évolutions sur le mobile, les fondateurs logent le capital du journal dans un fonds de dotation, garantissant le non-échange, la non-spéculation sur titres, la constitution de réserves stratégiques, dans une logique de transmission et de maintien de la promesse faite à son lectorat.



MARIE-HÉLÈNE SMIEJAN
DIRECTRICE GÉNÉRALE
CRÉATION EN 2007

Diplômée de l'ESSEC et de l'INALCO, Marie-Hélène Smiejan mène une carrière de cadre dirigeant au sein de grands groupes informatiques de 1980 à 2003, date à laquelle elle crée une entreprise de conseil à l'implantation en Chine avant d'apporter en 2007 son expérience de management et de gestion d'entreprise au projet Mediapart. Le site se lance avec une équipe de 30 personnes, dont 27 journalistes, et propose à ses lecteurs un journalisme d'investigation qui favorise les enquêtes de fond en fournissant aux abonnés des informations d'intérêt public.

SIÈGE SOCIAL
Ile-de-France

MARCHÉ
International

EFFECTIF 2019
94

CA 2019
16,8 M€

CA 2019 / 2018
22%



MEDIAPART

mediapart.fr

ENSO GROUPE

Editeur de logiciels spécialisés

SIÈGE SOCIAL

Grand Est

MARCHÉ

National

EFFECTIF 2019

68

CA 2019

11,1 M€

CAGR 2016 - 2019

23%



enso-groupe.fr



ISABELLE MELIN
ASSOCIÉE DIRIGEANTE
CRÉATION EN 1994

Experte-comptable de formation, Isabelle Melin prend rapidement goût à l'informatique à la suite d'un recrutement en tant que formatrice au sein d'une SSII, où elle travaille pendant six ans. Après une vague de licenciement massive, elle crée, à Colmar, PL Diffusion avec l'un de ses ex-collègues en 1994, posant ainsi la première brique du futur groupe qu'elle co-fondera en 2001.

Co-fondée initialement sous le nom de Synapse par Isabelle Melin et ses trois associés, Enso Groupe est une PME spécialisée dans l'édition et la commercialisation de logiciels dédiés aux secteurs du travail temporaire, du recrutement et des services à la personne. Focalisée sur le développement de logiciels de paie et de comptabilité, la société a progressivement diversifié son activité, du travail temporaire (PL Diffusion) aux services à la personne, avec la création de Domino en 2008, et à la dématérialisation de documents et de processus, avec la création d'Armado en 2016. Leader français de son segment, Synapse ouvre son capital en 2019 pour amorcer une nouvelle phase de développement et devient Enso Groupe. Réalisant un CA de 11 M€ en 2019, il affiche une croissance moyenne de 23% au cours des trois dernières années. Cette dynamique de croissance est soutenue par le recrutement de dix collaborateurs supplémentaires en 2020.

Appelée par l'entrepreneuriat après six ans dans une SSII, Isabelle Melin fonde PL Diffusion en 1994, une société active dans le développement et la commercialisation de logiciels de paie, comptabilité et la structuration d'un ERP dédié pour les professionnels du travail temporaire. À l'aube de l'an 2000, l'entreprise compte déjà 350

agences d'intérim clientes et huit salariés. Aujourd'hui, ce socle d'activité historique occupe une position dominante: le groupe équipe plus de 3.000 agences de travail temporaire indépendantes, soit la moitié du marché. Fer de lance du groupe, Armado, l'expert de la dématérialisation, s'attache à simplifier la gestion des agences d'emplois en accompagnant le secteur du travail temporaire dans sa transformation digitale. En forte croissance, le groupe se différencie grâce à sa très grande réactivité dans l'intégration des modifications législatives à ses logiciels, essentielle aux secteurs d'activité qui l'occupent, doublée d'une écoute client placée au cœur de l'organisation. En 2019, pour accélérer son développement, l'entreprise ouvre son capital de manière minoritaire à CM-CIC Investissement, et change de nom. Enso Groupe mise sur la modernisation et l'enrichissement de ses suites logicielles en proposant une offre innovante et plus souple afin d'élargir sa base de clients et devenir un partenaire encore plus incontournable de leur digitalisation.

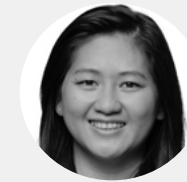
NAITWAYS

Opérateur, intégrateur et hébergeur informatique

Dans un marché où l'accès à la donnée est primordial, où les entreprises repensent leurs pratiques de partage, de sécurité et d'accessibilité à des tiers dans une logique collaborative, Naitways a développé une offre dédiée à la sécurisation de leurs données. Parfaitement agnostique et 100% sur mesure, cette approche permet à chaque client de déployer une stratégie d'infrastructure on-premise, hybride ou full cloud, permettant ainsi de disposer d'un système informatique de sauvegarde et de restauration à la fois stable, sécurisé et évolutif. Souples et proactives, les offres de Naitways gèrent l'intégralité du cycle de vie de la donnée, celle-ci pouvant être plus ou moins critique au fil du temps. Né en 2016, de la fusion de deux entreprises complémentaires, l'une experte de l'intégration et du conseil (BFS Network), l'autre dans l'hébergement (Naitways), le groupe a connu une croissance de 22 % en 2019, et porte ses effectifs à 42, projetant 17 M€ de CA en 2020 avec une part grandissante de son activité de services managés et d'infogérance.

Historiquement positionnée sur les activités de services et d'intégration de solutions dédiées au cœur de réseau, BFS Network a connu une croissance rapide grâce à la combinaison d'une expertise technique et d'une forte

culture commerciale orientée client. En 2016, l'entreprise fusionne avec Naitways, spécialiste de l'hébergement et l'infogérance, disposant d'une licence d'opérateur et d'un savoir-faire éprouvé. Ce spectre d'activité offre au nouveau Naitways la capacité de prendre en charge l'ensemble des besoins clients, avec une solution 360. Opérateur IP, Naitways possède un réseau européen Très Haut Débit à faible latence, proposant des solutions maîtrisées de bout-en-bout, capables de répondre à toutes les demandes de télécommunication. Comme hébergeur, avec pour objectif d'offrir les infrastructures et expertises les plus pointues, les services de Naitways sont modulables pour évoluer sans restriction : cloud privatif, public, mutualisé ou sur site. Comme intégrateur, de l'audit au maintien en conditions opérationnelles, de la refonte à l'externalisation des infrastructures, Naitways possède toutes les spécialisations pour répondre aux impératifs de sécurité, performance et agilité des plus exigeants. Au-delà des grands comptes et des PME/ETI, le groupe cible désormais des sociétés présentant des situations plus complexes liées à leurs caractères multisites. Dans un environnement fortement concurrentiel composé d'acteurs indépendants et de multinationales, Naitways dispose d'un portefeuille de 250 clients, dont 30% en dehors de France.



MINH-HOA NGUYEN
PDG
CRÉATION EN 2008

Diplômée de l'HEIG, Minh-Hoa Nguyen débute sa carrière en 2005 au sein d'Alten comme assistante de l'université interne. En octobre 2008, elle fonde BFS Network, une société spécialisée dans l'intégration et le conseil de solutions d'infrastructure informatique dont elle prend alors la présidence, qu'elle conservera en 2016 à l'occasion de la fusion de BFS Network avec Naitways.

SIÈGE SOCIAL
Ile-de-France

MARCHÉ
International

EFFECTIF 2019
34

CA 2019
15,3 M€

CA 2019 / 2018
22%



naitways.com

PHASICS

Fabrication d'instrumentation optique

SIÈGE SOCIAL
Ile-de-France

MARCHÉ
International

EFFECTIF 2019
29

CA 2019
6 M€

CAGR 2016 - 2019
21%



MARIE-BEGOÑA LEBRUN
PRÉSIDENTE DIRECTRICE GÉNÉRALE
CRÉATION EN 2003

Diplômée en physique de l'université Pierre et Marie Curie et titulaire d'un DESS en management, Marie-Begoña Lebrun travaille 15 ans au sein de PME innovantes dans le domaine du laser et de l'instrumentation scientifique où elle exerce des fonctions de technico-commerciale et de business development avant de prendre les responsabilités du SAV de Thales Laser. En 2003, accompagnée par Benoît Wattelier, elle fonde Phasics dont elle est présidente directrice générale.

Phasics développe des solutions optiques d'analyse de front d'onde, mesure essentielle pour garantir la qualité des composants optiques. Son utilité s'étend aux nouvelles industries de la Silicon Valley, principalement sur les satellites de communication nouvelle génération, les ADAS (voiture autonome) ou l'AR/VR. Forte de cette évolution du marché, Phasics accompagne le développement des futures générations d'optiques en dépassant les limitations des moyens de mesure traditionnels et propose une gamme complète de produits basés sur sa technologie innovante d'analyse haute résolution. Pour répondre au besoin d'industrialisation des moyens de contrôle, elle s'appuie sur une équipe d'une trentaine de collaborateurs, ingénieurs et docteurs pour la plupart, dont près de la moitié se consacre à la R&D. L'international constitue l'un des axes clés de son développement : la société adresse l'Europe en direct, les États-Unis via une filiale en propre et l'Asie via des distributeurs spécialisés. Elle a réalisé un CA de 6 M€ en 2019, en croissance de 21 % ces trois dernières années.

Incubée à l'École Polytechnique, Phasics émane du transfert d'une technologie inventée et brevetée par l'ONERA (l'Office National des Etudes et Recherche Aéronautiques) traitant de l'interférométrie à décalage multi latéral. Six mois après la mise

au point d'un prototype fiable et compact, l'entreprise lauréate au concours « Création et Développement » du ministère de la Recherche/ANVAR, démarre son activité. Phasics intervient aujourd'hui sur trois marchés de niche. Le premier, historique, consiste en la commercialisation d'analyseurs de front d'onde permettant de contrôler la qualité des lasers scientifiques et industriels. Le second, en très forte croissance, est celui du contrôle de la qualité des composants optiques complexes et fait référence à la métrologie optique. S'adressant aux industriels, les solutions de Phasics leur permettent de contrôler et de valider leur production, en répondant aux nouvelles exigences de qualité nées des développements des voitures autonomes et de la sécurité, des drones ou encore de la qualité photographique des objectifs des nouveaux smartphones. Le troisième est le marché de la microscopie du vivant où Phasics propose des analyseurs permettant de faire de l'imagerie de phase quantitative, ouvrant des perspectives totalement nouvelles en matière d'exploration des cellules par une technique non destructive et non invasive. Phasics se projette dans l'industrie du futur comme fabricant de référence en machines de métrologie, capable de proposer à ses clients des analyseurs performants mais aussi des stations de mesure complètes, intégrées et automatisées.



phasics.com

RVZ

Services de location de matériels professionnels pour l'audiovisuel

RVZ est spécialisée dans la location de matériel professionnel à destination du cinéma, de la télévision, de la publicité et de la photographie. Depuis plus de 33 ans, elle propose une large gamme de matériels comprenant caméras, lumières, objectifs qui permettent aux acteurs de la production photographique et audiovisuelle de réaliser tout type de tournage. Historiquement concentrée sur l'éclairage et la photographie, la société s'est ouverte au numérique dès le début des années 2000. A ses trois pôles se sont ajoutés la location de camions adaptés aux tournages en extérieur et de nouvelles offres comme le RVZ Store où tester le matériel. Elle couvre aujourd'hui l'ensemble des besoins métiers. Forte d'un service innovant et de qualité, RVZ se distingue par une grande proximité clients et la mise à disposition des dernières nouveautés technologiques, lui assurant un avantage compétitif en termes de notoriété. Avec une cinquantaine de salariés, la société affiche un chiffre d'affaires de 15,4 millions d'euros en 2019.

RVZ voit le jour en 1997 avec pour projet de proposer des services de location de matériels d'éclairage pour professionnels. Le paysage numérique évoluant et souhaitant couvrir les projets plus largement, RVZ étend sa gamme au

matériel photographique, notamment aux boîtiers numériques haut de gamme, dès 2002. Un choix la propulsant au rang de première société de location auprès des photographes professionnels. Dans un marché de plus en plus concurrentiel et face à l'arrivée d'acteurs internationaux, RVZ diversifie ses services en 2011, ouvrant un service dédié à la prise de vues cinématographiques, et entame son internationalisation avec la création de son antenne marocaine, au sein de l'École Supérieure des Arts Visuels de Marrakech. RVZ dispose aujourd'hui de pôles lumière, photographie, caméra et également de services de location de camions, allant du minibus au poids lourd et comprenant des cars-loge facilitant les tournages en extérieur. En 2016, pour rationaliser la gestion de ses parcs, accompagner son développement et l'accroissement de ses besoins de stockage, la société déménage à Ivry sur un site de près de 4.000 m². Elle lance de nouveaux services, dont son RVZ Store, un espace test ouvert à tous. RVZ maintient une croissance de 11% en 2019 et poursuit son activité en 2020 grâce à l'intégration d'un strict protocole sanitaire dès le mois de mars (sas de désinfection du matériel, caméra thermique à l'entrée) qui a permis de fournir entre autres les tournages du film «Le bonheur des uns», avec Florence Foresti et Vincent Cassel, ou encore du spot de la collection croisière 2020-2021 de Chanel.



EVELYNE MADAOUÏ
PRÉSIDENTE DIRECTRICE GÉNÉRALE
REPRISE EN 2008

Evelyne Madaoui occupait depuis plus de dix ans la fonction de directrice générale au sein de la société RVZ, lorsqu'en 2008, à la suite du départ de son fondateur, René Vaysse faisant valoir ses droits à la retraite, elle rachète l'entreprise avec la volonté d'accélérer sa dynamique de croissance en diversifiant ses offres de services aux besoins cinématographiques.

SIÈGE SOCIAL
Ile-de-France

MARCHÉ
International

EFFECTIF 2019
48

CA 2019
15,4 M€

CAGR 2016 - 2019
16%



rvz-location.fr/

GROUPE KARDOL

Intégration et distribution de solutions logicielles

SIÈGE SOCIAL
Auvergne-Rhône-Alpes

MARCHÉ
National

EFFECTIF 2019
165

CA 2019
31,2 M€

CA 2019 / 2018
28%



kardol.fr



MAUD BILLARD-COESTER
PRÉSIDENTE DIRECTRICE GÉNÉRALE
REPRISE EN 2011

Diplômée de l'EM Lyon, Maud Billard-Coester démarre sa carrière dans le domaine de la finance, où elle occupe successivement des postes en audit financier, en contrôle de gestion, avant de devenir chef de produit au sein du groupe Rhône-Poulenc. Elle s'associe en 2000 avec Alexandre Poncet pour lancer avec succès une entreprise dans le conseil et la distribution en ligne de produits phytosanitaires, avant de reprendre conjointement la société Kardol. Maud Billard-Coester a par ailleurs présidé l'un des clubs APM lyonnais de 2016 à 2019.

Implanté dans la région lyonnaise, Groupe Kardol propose une série de solutions, compétences et services pour l'amélioration de la productivité des entreprises. Positionné sur le segment des PME et ETI industrielles, le groupe est intégrateur et distributeur à valeur ajoutée de solutions logicielles de gestion et d'ERP. Avec douze implantations en France et plus de 170 collaborateurs en 2020, il est un partenaire agréé expert de Sage X3, PGI de référence européen, ainsi qu'un intégrateur spécialisé de SAP Business One et IFS Applications. Avec une base de 850 clients, le groupe propose également des solutions Cloud et infrastructures couvrant les bases de données, la sécurité ou l'hébergement. Porté par une forte croissance, aussi bien organique qu'externe, Groupe Kardol a pour objectif de doubler la taille de son CA d'ici cinq ans.

Créé en 1981, Groupe Kardol est, lors de sa reprise par Maud Billard-Coester et Alexandre Poncet en 2011, une PME de 45 employés dans un secteur d'activité qui leur est étranger. La mise en place d'un processus de transition de près de deux ans et demi avec les anciens dirigeants facilite la transmission, conforte les équipes et donne le temps aux repreneurs d'appréhender le métier tout en y apportant un regard neuf. Alors que la majeure partie de l'activité de services consistait

à déployer et intégrer les systèmes et applications chez les clients, la PME entame en 2015 un virage vers le monde du Cloud et de l'hébergement de solutions. Cette évolution lui permet de focaliser ses équipes sur des activités à plus forte valeur ajoutée et de développer ses revenus de souscription. Évoluant dans un secteur très concurrentiel, Groupe Kardol se démarque par sa capacité à développer des verticaux métiers lui permettant d'aborder ses clients industriels avec un savoir-faire et une compréhension fine de leurs problématiques et à les accompagner à l'étranger grâce à un réseau de partenaires intégrateurs et aux relais des éditeurs implantés localement. Le groupe accélère son implantation nationale par l'ouverture ou l'acquisition d'acteurs régionaux. En 2019, par acquisition externe, il se dote d'une capacité de développement de solutions web et mobiles autour de l'ERP. Logique d'acquisitions ciblées que la dirigeante entend poursuivre pour se diversifier dans d'autres composantes ERP comme les Manufacturing Execution System (MES) ou les solutions de Business Intelligence (solution d'aide à la décision). Également portée par une croissance organique élevée, la PME a démontré, lors du premier confinement en 2020, sa capacité à accompagner ses clients hors site, ce qui lui permet d'afficher une résistance remarquable en termes d'activité.

AC MEDIA

Édition de livres

Premier groupe d'édition français indépendant spécialisé dans le manga, AC Media a été fondé en 2003 par Cécile Pournin et Ahmed Agne. S'appuyant sur leur connaissance fine du Japon, ils lancent d'abord le label Ki-oon, tête de pont du groupe dédiée au manga à destination des adolescents et jeunes adultes, à laquelle s'adjoignent Lumen, éditeur de romans de littérature jeunesse sur les segments aventure et fantastique en 2014 et Mana Books, label de pop culture en 2017. Ayant compris très rapidement l'importance du lien direct avec ses lecteurs et d'un marketing sur fond de blog et webzine jeunesse, le groupe s'impose comme une nouvelle référence du métier. Primé éditeur de l'année aux 1^{ers} trophées de *Livres Hebdo*, AC Media a réalisé un CA de plus de 13 M€ en 2019 et affiche une croissance moyenne de 31% entre 2016 et 2019.

AC Media se construit d'emblée sur la révélation de jeunes talents plutôt que sur l'achat de droits au Japon. La stratégie paie: avec plus de 600 titres en catalogue, Ki-oon, la figure de proue du groupe, se classe dans le top 4 des éditeurs de mangas en France derrière Glénat, Hachette et Médias Participations. Cécile Pournin et Ahmed Agne découvrent leurs auteurs en arpenteant les conventions spécialisées et en surfant sur les blogs dédiés. Ils publient Mamiya Takizaki (auteure d'*Element*

Line) et Tetsuya Tsutsui (*Duds Hunt*), leurs deux premiers succès, et attirent l'attention des éditeurs japonais comme Square Enix qui leur ouvre son catalogue d'œuvres non-publiées. Les deux fondateurs font également le choix d'accompagner les auteurs dans la création de grandes séries à succès, les publiant en langue française et les représentant dans près de quinze pays, y compris le Japon, pour certains. Ils se différencient encore par le biais de formats originaux, d'ouvrages en couleur et de collections en grand format, élargissant l'offre proposée aux lecteurs de mangas français, qui composent à eux seuls le 2^e marché mondial du secteur. Lancé en 2014 pour les dix ans de la maison, le label Lumen dédié aux romans de jeunesse se démarque lui aussi très vite dans un marché très concurrentiel et enregistre une forte croissance grâce notamment à l'intégration au catalogue de *Gardiens des Cités perdues*, saga best-seller de Shannon Messenger (5^e série jeunesse la plus vendue en France en 2020). La société a par la suite lancé en 2017 Mana books, dédié à l'univers vidéoludique et à la pop culture, avec des ouvrages comme «*Friends – le livre de cuisine officiel*», inspiré par la série culte, un must have de la fin de l'année 2020. Réputée pour ses sorties de livres spectaculaires, la société, qui a un bureau de représentation au Japon, poursuit sa conquête de parts de marché dans un marché du manga en expansion depuis six ans après cinq années de contraction.



CÉCILE POURNIN
CO-GÉRANTE
CRÉATION EN 2003

A l'issue d'une maîtrise en langue japonaise, d'un DESS de traduction en littérature anglaise et d'un séjour au pays du Soleil levant, Cécile Pournin débute sa carrière comme enseignante aux États-Unis. A son retour en France, elle multiplie les expériences de traduction de livres jeunesse chez Flammarion et Pocket Jeunesse. C'est en 2003, accompagnée de son associé Ahmed Agne, rencontré sur les bancs de l'université et également passionné de littérature japonaise, que Cécile Pournin décide de monter une société d'édition, AC Media, dont elle est aujourd'hui co-dirigeante.

SIÈGE SOCIAL
Ile-de-France

MARCHÉ
International

EFFECTIF 2019
25

CA 2019
13,2 M€

CA 2019 / 2018
31%

AC
MEDIA

ki-oon.com

ACRI-ST

R&D et ingénierie du spatial

SIÈGE SOCIAL

PACA

MARCHÉ
International

EFFECTIF 2019
108

CA 2019
18,2 M€

CAGR 2016 - 2019
21%



**ODILE HEMBISE
FANTON D'ANDON**
PRÉSIDENTE
CRÉATION EN 1999

Diplômée d'un master en mathématiques et mécanique appliquée de l'UNSA, d'un DEA de l'Ecole des Mines de Paris, et d'un doctorat de l'UPMC – Paris VI, Odile Hembise Fanton d'Andon co-fonde ACRI en 1989 dans l'objectif de travailler à une meilleure compréhension de l'environnement, rassemblant des expertises pointues dans les domaines des mathématiques appliquées, de la physique et de la dynamique des fluides. Odile Hembise Fanton d'Andon est présidente d'ACRI-ST et directrice générale du groupe ACRI.

Créée en 1989 à Sophia Antipolis, ACRI est spécialisée dans la recherche et le développement de modèles mathématiques et physiques dédiés à l'observation, l'analyse et la prévision des phénomènes géophysiques. La PME a très vite intégré une composante «télé-détection spatiale», soit l'observation de la terre par satellite, qui a donné naissance à ACRI-ST en 1999. Depuis sa fondation, la croissance d'ACRI-ST est intimement liée aux programmes de l'Agence Spatiale Européenne et de l'Union Européenne, dont, en particulier, la société traite, valide, archive et distribue les données d'observation de la terre. La société couvre le développement et la mise en œuvre de composantes des « segments-sols » des missions spatiales (traitement des données reçues depuis l'espace), pour l'exploration de l'univers ou la surveillance de la terre et des océans, ainsi que certaines applications de génie civil. Après avoir réalisé plus de 20% de croissance moyenne sur les trois dernières années, ACRI-ST dépasse les 21 M€ de CA en 2020, dont 90% à l'export.

Avec une équipe de plus de cent ingénieurs et scientifiques localisés en France, Angleterre, Italie, Luxembourg, Maroc et au Canada, ACRI-ST développe une expertise inégalée dans l'observation de la terre depuis l'espace. L'entreprise recueille, analyse,

qualifie, archive et distribue la masse de données produites par les satellites dédiés aux problématiques environnementales (liées à l'océan, la terre et l'atmosphère), essentielles en cette période d'évolution climatique. S'appuyant sur ces mesures, la société développe des outils de traitement et d'interprétation entrant dans les processus de décision de maîtres d'ouvrage publics comme privés. L'expertise et la réputation acquises par l'entreprise grâce à une politique de recrutement très pointue, lui ont permis de devenir un acteur-clef des programmes d'observation satellitaires (terrain de jeu historique des grandes entreprises) et de se positionner comme principal maître d'œuvre sur des contrats d'envergure long-terme, lui permettant de disposer d'une forte visibilité sur son développement. L'expansion progressive du spectre de compétences de l'entreprise, en particulier dans la gestion de données, concourt à asseoir davantage la croissance de la société au niveau international avec de récents développements en Espagne et en Inde. De nombreuses perspectives s'ouvrent également, liées au nouvel âge spatial qui voit se multiplier le lancement de micro et nano satellites par des acteurs privés. Ces projets ambitieux sont soutenus par une forte adhésion de l'ensemble des collaborateurs, très largement impliqués dans le devenir de l'entreprise, à l'image de la certification ISO 9001, récemment obtenue - après avoir été portée en interne.



acri-st.fr

JIMENEZ GROUPE

Société de transport spécialisée dans la traction jour et nuit

Basée à l'Eurocentre de Castelnaud-d'Estrétefonds, près de Toulouse, Jimenez est une société de transport routier spécialisée créée en 1996. Spécialisée dans la traction de messagerie jour et nuit en France et en Europe, elle s'est diversifiée dans la logistique et, depuis le printemps dernier, dans le déménagement industriel et le transfert de bureaux. Fin 2015, Jimenez Groupe reprend à la barre du tribunal la société Callejo Transports, autre gros acteur du transport toulousain, et travaille à son redressement. Devenue une ETI, Jimenez Groupe dessert désormais plus de 400 lignes régulières, avec une flotte de poids lourds allant jusqu'au frigorifique et au pulvérulent (poudres, ciments, céréales), répondant ainsi à la demande de plus de 300 clients, dont Airbus, Sodexo et SII. Affichant une croissance de 30% ces trois dernières années, elle franchit le seuil des 65 M€ de CA en 2019 et porte ses effectifs à 570 en 2020.

Dès sa création en 1996, Jimenez se spécialise dans la traction de messagerie jour et nuit, activité qui consiste à mettre à disposition des clients un ensemble routier et un conducteur pour acheminer la marchandise d'un dépôt à un autre ou livrer directement le destinataire. Progressivement, le transporteur élargit son offre à la logistique via un dépôt de 850 m² répondant à des besoins ponctuels ou permanents

de ses clients, et plus récemment, au transfert de bureaux et au déménagement industriel. Présent sur l'ensemble de l'Hexagone, en Espagne et en Allemagne, Jimenez Groupe travaille avec les plus grandes sociétés de messagerie comme avec de nombreuses PME du monde du transport. Au-delà de sa croissance organique, le groupe reprend en 2015 l'entreprise Callejo Transports, comptant 254 salariés, alors en redressement judiciaire. S'ouvre un chantier d'envergure pour intégrer ces nouveaux collaborateurs venant d'une entreprise aux valeurs diamétralement opposées à celles de Jimenez qui se distingue par la gestion de ses ressources humaines. Au premier titre, Jimenez Groupe s'engage sur la qualité de vie au travail, que ce soit pour les conducteurs disposant de camions aux sièges configurés pour de longues heures d'utilisation ou pour les fonctions support avec un matériel de travail adapté. Le groupe a par ailleurs initié une politique volontariste en matière d'égalité professionnelle avec 54% de femmes dans les fonctions support et 6% de conductrices contre 3% en moyenne dans les sociétés de transport. Jimenez compte une développeuse informatique, une mécanicienne, une formatrice, des femmes responsables de service et une directrice, mais également à l'inverse, un chargé de projet RH et un DRH... Le groupe se projette vers l'avenir en faisant fond sur sa capacité à délivrer une prestation de services complète.



VALÉRIE JIMENEZ
PRÉSIDENTE DIRECTRICE GÉNÉRALE
CRÉATION EN 1996

Après des études dans le médical et une première expérience commerciale dans l'univers du sport, Valérie Jimenez passe son permis poids lourd et sa capacité professionnelle de transport de marchandises dans le but de créer son entreprise. Elle cofonde une société de transport, en 1996, avec son époux François Jimenez. Très engagée sur le devenir de son secteur, Valérie Jimenez vient notamment d'être nommée présidente déléguée Mobilités et RSE au sein du MEDEF de Haute-Garonne.

SIÈGE SOCIAL
Occitanie

MARCHÉ
International

EFFECTIF 2019
526

CA 2019
65,6 M€

CA 2019 / 2018
59%



jimenez-groupe.com

EUROSYSTÈMES

Distribution et installation d'automatismes pour porte et portail

SIÈGE SOCIAL

Grand Est

MARCHÉ

National

EFFECTIF 2019

19

CA 2019

6 M€

CAGR 2016 - 2019

30%

EUROSYSTÈMES
Expert de vos automatismes d'accès

eurosystemes.fr



ANNE-LISE
GONCKEL-THIONE
DIRECTRICE GÉNÉRALE
NOMINATION EN 2020

Diplômée en tourisme et communication, Anne-Lise Gonckel-Thione rejoint Eurosystemes en 2006 après une première expérience d'entrepreneuriat via une société de télémarketing. Sur un poste exposé à la clientèle, elle est rapidement remarquée pour ses compétences qui lui permettent de basculer vers un poste de responsable commerciale, puis de directrice marketing, avant de prendre la direction générale d'Eurosystemes, en janvier 2020.

Eurosystemes est une PME spécialisée dans la distribution et l'installation d'automatismes pour porte et portail, fondée en 1994 par Jean-François Rey, entrepreneur alsacien qui avait su repérer très tôt ce marché de niche et s'est appuyé sur l'appétence digitale de sa future directrice générale pour opérer une transition numérique en 2010, amenant ainsi l'entreprise artisanale à devenir l'un des leaders nationaux de la vente d'automatismes et de motorisations. Avec plus de 25 ans d'expérience et près de 30.000 automatismes installés en France, la société se différencie par son approche client et sa haute qualité de services, alliées à une parfaite connaissance des produits. En 2019, Eurosystemes a réalisé un CA de 6 M€ et affiche une croissance moyenne de 30% ces trois dernières années. Elle a recruté huit nouveaux collaborateurs depuis 2018.

En 1994, Eurosystemes se monte en Alsace comme acteur spécialisé dans la fermeture de l'habitat. En 1996, la société opère un revirement stratégique, stoppant la distribution de portails, qui représentait les 2/3 de son CA, pour se consacrer exclusivement à la distribution et à l'installation d'automatismes. Le choix est payant. Dans les années 2000, Eurosystemes devient un leader régional

du secteur grâce notamment à un positionnement centré sur les produits professionnels plutôt que sur des produits de grande surface de bricolage, pouvant adresser ainsi des clients à la fois BtoB et BtoC. En 2010, Eurosystemes crée une nouvelle rupture d'usage en digitalisant son offre. Elle lance son site de vente en ligne d'automatismes et motorisations pour portes et portails, et passe un nouveau cap. Face à une concurrence composée principalement de pure-players, la société se démarque sur le net grâce à son expertise technique, son service de proximité performant via son réseau de techniciens spécialisés implantés sur le territoire national, et par sa réactivité, Eurosystemes possédant son propre stock entreposé dans un centre logistique de 2.000 m². Avec 25 % des parts de marché sur le web, un chiffre d'affaires réalisé en BtoC à 65 %, Eurosystemes fait aujourd'hui partie des trois premiers distributeurs de systèmes d'automatismes pour porte et portail en France. Demeurant l'actionnaire principal, Jean-François Rey passe la présidence de l'entreprise en 2019 à son directeur technique Gilles Désiré, rencontré en 2000, et Anne-Lise Gonckel-Thione, qui a gravi tous les échelons en interne depuis 2006, prend la direction générale avec l'ambition d'opérer un nouveau changement d'échelle en mettant l'accent sur la prestation de services.

diptyque

Parfumeurs

Maison de création de parfums pour soi et de parfums d'intérieur, diptyque a vu le jour à Paris en 1961 sous la forme d'un bazar chic, à la faveur de la rencontre de trois artistes. Proposant plus d'une quarantaine d'eaux de toilette et eaux de parfum, un répertoire unique de produits parfumés et parfumants pour la maison riche de plus de 50 senteurs, ainsi que des accessoires de décoration, la maison est aujourd'hui le leader mondial des bougies parfumées de luxe. Fabriquant la quasi intégralité de ses produits en France, elle exporte son univers caractéristique avec succès à l'international, où elle réalise 90 % de ses ventes, en complémentarité totale entre ses 80 magasins en propre dans le monde et ses sites internet, axe digital sur lequel elle a encore mis l'accent en 2020. Avec un rythme de croissance de plus de 23% sur les trois derniers exercices, diptyque avoisine les 90 M€ de CA réalisé depuis la France en 2019.

Les trois artistes Christiane Montadre-Gautrot, Yves Coueslant et Desmond Knox-Leet créent diptyque en 1961 à Paris, pour offrir à la vente leurs créations de tissus. «La boutique des marchands de rien» se dédie progressivement à la décoration d'intérieur et connaît ses premiers succès avec la commercialisation en 1963 de

trois bougies parfumées, produits totalement inédits alors, et reconnaissables aujourd'hui encore par leurs étiquettes ovales blanches à lettres dansantes noires. Établies à partir de matières premières soigneusement sélectionnées et assemblées à la main par des artisans spécialisés, ces bougies sont imaginées à la faveur de nombreuses collaborations avec des artistes de renom. En 1968, est lancée L'Eau, la première eau de toilette de diptyque, inspirée d'un pot-pourri du XVIe siècle. Depuis, diptyque ne cesse d'élargir sa collection de parfums atypiques, raffinés et signés. Grâce à ses ouvertures de boutiques en propre, dans des décors sans cesse réinventés, diptyque développe sa présence aux Etats-Unis et en Asie, mais aussi en France avec plus de dix boutiques, et en Europe à Berlin, Londres, Rome et encore Amsterdam. Au rendez-vous du digital, avec un site européen traduit en cinq langues, en plus des sites développés pour les Etats-Unis, la Chine, Hong-Kong, et tout récemment le Japon, diptyque a su répondre à une demande soutenue pour les produits d'intérieur et de bien-être durant les périodes de confinement liées à la Covid-19. Présence géographique équilibrée, distribution multicanale et activité exportatrice auront été trois facteurs de résilience de la maison en 2020. Dans les cinq années à venir, diptyque prévoit d'accélérer encore ses chantiers digitaux et sa politique RSE.



FABIENNE MAUNY
DIRECTRICE EXÉCUTIVE
NOMINATION EN 2007

Diplômée de l'ESCP Europe, Fabienne Mauny réalise l'intégralité de sa carrière au service de marques de luxe. Elle intègre le groupe Yves Saint Laurent où elle occupe notamment des fonctions de directeur général adjoint chez YSL Couture. C'est en décembre 2007 qu'elle rejoint diptyque pour soutenir ses ambitions de développement, notamment à l'international.

SIÈGE SOCIAL
Ile-de-France

MARCHÉ
International

EFFECTIF 2019
153

CA 2019
88,8M€

CA 2019 / 2018
22%

diptyque
paris

diptyqueparis.com

BALZAC PARIS

Maison de mode responsable

SIÈGE SOCIAL
Ile-de-France

MARCHÉ
National

EFFECTIF 2019
20

CA 2019
5,5 M€

CA 2019 / 2018
98%

BALZAC
PARIS

balzac-paris.fr



CHRYSOLINE
DE GASTINES
PRÉSIDENTE
CRÉATION EN 2014

Chrysoline de Gastines a hérité du Nord son appétit pour l'industrie textile et de sa famille le goût du travail associé à la liberté de choix (les cinq filles de la fratrie sont toutes entrepreneures). Diplômée d'un master 2 média & communication, la Lilloise démarre sa carrière comme community manager chez Marie-Claire, où elle perçoit la puissance d'une marque sur le Net. Elle cofonde sa propre entité en 2011 autour du nœud papillon et lance Balzac Paris en 2014 à l'âge de 28 ans.

Fondée en 2014, Balzac Paris est devenue en quelques années un incontournable de la mode responsable destinée principalement aux femmes. Dans une industrie parmi les plus polluantes, la maison fait de la RSE sa culture d'entreprise. Elle promet une mode durable avec une juste dose de fantaisie et d'air du temps. Distribué en ligne à 100 %, plaçant la cliente au cœur du processus créatif, Balzac Paris a doublé ses revenus en 2019. Elle continue sur un rythme de croissance soutenu estimé à 30% pour 2020 et réalise déjà 15% de ses ventes à l'étranger. La digital native envisage d'ouvrir un lieu physique dès septembre 2021 à Paris puis dans trois grandes métropoles.

Chrysoline de Gastines fait partie de ces entrepreneurs qui se sont lancés sur le Net en parallèle de leur activité. Community manager pour le groupe Marie-Claire, elle s'associe en 2011 à son mari et son beau-frère pour revisiter le nœud papillon. Leur version personnalisée made in France est un succès. Sachant cette niche très cyclique, le trio pivote dès 2014 vers une ligne de sweat-shirts de couples littéraires, les Jean-Paul et Simone pour Sartre et de Beauvoir, les Honoré et Frances pour les Balzac. Le concept, novateur, séduit. Balzac Paris, maison de mode

responsable, est née. Entre les mastodontes du luxe, géants de la fast-fashion et créateurs atypiques, Balzac Paris définit son identité par le triptyque durabilité, responsabilité et désirabilité, justifiant un prix élevé perçu comme juste. Chaque maillon de la chaîne de valeur est travaillé dans cette perspective. Le déchet qui pollue le moins étant celui qu'on ne produit pas, le patron des articles optimise la matière. Des partenariats sont noués pour utiliser les chutes de maisons de luxe françaises (dentelles, soies, cuir). La marque qui travaille une collection permanente « Les éternels », complétée de collections éphémères, produites en quantités limitées, renouvelées tous les mois est attentive à ses stocks. Privilégiant le made in Europe, son modèle lui permet d'occuper les lignes de production de ses fournisseurs lors de creux saisonniers. Sa démarche durable se prolonge avec le label Gots pour des pulls certifiés bio assurant un artisanat local conforme à des critères sociaux stricts. Malgré la forte croissance, le lien avec la communauté de clientes demeure privilégié, avec des ateliers confidentiels de cocreation, des soirées dans des hôtels branchés, des rencontres en pop-up store valorisant la durabilité des produits. Balzac Paris planche sur l'ouverture de lieux physiques augmentant l'expérientiel et s'intéresse de près à la seconde main.

WHISKIES DU MONDE

Distribution spécialisée en propre et en ligne de spiritueux

Spécialisée dans la distribution de spiritueux nobles provenant des quatre coins du monde auprès de clients professionnels, Whiskies du Monde s'est développé à la faveur de l'engouement mondial pour les whiskies exotiques, distillés au Japon, en Inde, à Taïwan mais aussi en Écosse. Au-delà des whiskies, la société incorpore progressivement des rhums dominicains et colombiens, du gin ou du saké, représentant désormais plus de 50% des références. En 2019, Whiskies du Monde lance sa propre marque de whisky, Évadé, avec deux références phares rapidement complétées d'un troisième flacon en 2020. Un succès : au total, plus de 40.000 bouteilles se sont écoulées en à peine un an. Alors qu'elle réalise 19 % de ses 21 M€ de CA à l'export, la PME du Bordelais ambitionne d'accélérer encore son internationalisation. Après la Russie et les États-Unis en 2019, elle s'attelle à de nouvelles géographies telles que la Turquie, l'Ukraine, le Mexique et la Malaisie.

Face à l'intérêt émergent des consommateurs pour des whiskies premium, Florence et Arnaud Pontoizeau développent un portefeuille diversifié, distribuant des whiskies authentiques, artisanaux et exotiques en provenance des quatre coins du monde, du Japon (Akashi, Togouchi, Sakurao) jusqu'à Taïwan (Yushan Signature) en passant par

l'Inde (Paul John) ou encore l'Écosse (Loch Lomond, Glen Scotia). La société élargit ses horizons en ramenant dans ses bagages des rhums dominicains (Presidente), colombiens (La Hechicera) mais aussi en proposant des gins et sakés. Avec plus de 50 marques, Whiskies du Monde distribue plus d'un million de bouteilles, en France via les réseaux cavistes, CHR, grande distribution, mais aussi dans une trentaine de pays partenaires. En 2019, Whiskies du Monde devient créateur de spiritueux avec le lancement de sa propre marque de whisky français, Évadé, qui remporte un franc succès. En 2020, l'entreprise consolide également ses liens avec ses partenaires historiques : elle met en lumière de nouvelles références et poursuit sa conquête de flacons d'exception avec des rhums vietnamiens 100% jus de canne (Sampan, distillerie d'Indochine) ou un whisky de Corée du Sud élaboré exclusivement à partir de riz (Hwayo). La crise sanitaire crée par ailleurs l'opportunité de regarder de plus près les canaux de distribution digitaux. Mettant en œuvre une politique RSE volontariste, Whiskies du Monde finalise l'agrandissement de ses locaux en 2020, en même temps qu'elle modernise la quasi-intégralité de ses équipements pour permettre un télétravail à tous. Elle investit également dans de nouvelles technologies pour réduire son empreinte carbone et adopter une consommation durable.



FLORENCE
OLIET-PONTOIZEAU
DIRECTRICE GÉNÉRALE
TRANSMISSION EN 2014

À la suite d'une première expérience de directrice des ventes en pharmacie chez SVR, Florence Oliet-Pontoizeau rejoint en 2010 en tant que directrice commerciale, Whiskies du Monde, l'entreprise familiale de distribution de spiritueux nobles, créée en 1999 par son père Alain Pontoizeau. Quatre ans plus tard, elle en prend la codirection avec son frère Arnaud et part à la conquête de nouvelles références de provenance mondiale.

SIÈGE SOCIAL
Nouvelle-Aquitaine

MARCHÉ
International

EFFECTIF 2019
37

CA 2019
21 M€

CA 2019 / 2018
14%



whiskiesdumonde.fr

XL ENERGIES

Distributeur spécialisé de lubrifiants, carburants, combustibles et pellets

SIÈGE SOCIAL
Hauts-de-France

MARCHÉ
National

EFFECTIF 2019
7

CA 2019
7,7 M€

CA 2019 / 2018
31%



PAULINE CAPO
PRÉSIDENTE DIRECTRICE GÉNÉRALE
REPRISE

Diplômée d'un master en business international obtenu à l'ISEG/ISM Lille, Pauline Capo a porté son intérêt sur le secteur de l'énergie, notamment dans la distribution de produits pétroliers, dès sa sortie d'études en 2012. Elle démarre sa carrière chez XL Energies en tant que business développeur, participe en aparté au lancement des Transports Cap and Co comme gérante et saute le pas pour prendre la direction d'XL Energies lorsque la présidente sortante lui propose de reprendre le flambeau en 2019, absorbant Transports Cap and Co comme filiale du groupe.

XL Energies est une PME spécialisée dans la distribution de produits énergétiques, qui s'est développée en devenant le distributeur des lubrifiants GULF, marque internationale haut de gamme désireuse de s'implanter sur le marché français. Touchant en premier lieu les passionnés de courses automobiles, elle croît dans le Nord de la France, grâce à des produits de qualité, un service de proximité et de la flexibilité. Elle opère une première diversification sur ce marché avec la marque néerlandaise North Sea Lubricants, dans une démarche d'exclusivité mais sur un segment qualité-prix différent. Elle s'étend en parallèle dans la distribution de produits énergétiques (Gazole, fioul, gaz, GNR, Adblue® et pellet). L'entreprise affiche une expansion constante avec une croissance de son CA de plus de 135% ces trois dernières années. XL Energies porte ses effectifs à 11 en 2020.

La société XL Energies évolue dans le secteur de l'énergie, plus spécifiquement dans le négoce et la distribution de produits pétroliers, bois, lubrifiants et Adblue. Facteur clé de succès, XL Energies sélectionne judicieusement ses fournisseurs et partenaires, à renommées nationales ou internationales, pour la qualité de leurs produits, leur savoir-faire et leur exclusivité sur le territoire.

Ayant absorbé les Transports Cap and Co, devenus en 2019, filiale du groupe en pleine expansion, XL Energies dispose de sa propre flotte de camions pour livrer partout dans le nord de France. L'entreprise se positionne sur un segment B2B2C et dans d'autres régions avec la volonté de distribuer ses produits sur toute la France. Avec l'acquisition d'une première station-service en mars 2020, XL Energies ambitionne de se développer davantage dans les énergies vertes en maillant, d'ici à trois ans, le territoire avec des stations-service en mix énergie, distribuant à la fois des carburants traditionnels, du gaz/biogaz, et par la suite de l'hydrogène, pour répondre à tous les besoins actuels et futurs des poids lourds et véhicules légers. L'entreprise vise des installations sur des axes stratégiques passants et industriels, en station fantôme ou avec une boutique attractive. En dépit d'une année 2020 particulière, l'entreprise a poursuivi sa croissance et renforcé son équipe par l'arrivée de nouveaux collaborateurs.



xlenergies.fr

GROUPE CSP - BLEU LIBELLULE

Distribution spécialisée en propre, en franchise et en ligne, de produits capillaires

Le Groupe CSP - Bleu Libellule, réseau de vente de produits capillaires et esthétiques professionnels basé dans le Gard à Gallargues (800 salariés en 2020 dont 190 au siège) renforce encore sa stratégie de distribution omnicanale. Adressant une clientèle de coiffeurs, d'esthéticiennes et de particuliers, la centrale d'achat et l'activité de grossiste du groupe (Objectif Coiffure) alimentent à la fois une plateforme e-commerce et un réseau de magasins, en propre comme en franchise (Bleu Libellule). Servant les besoins de 6.000 professionnels en France, en plus des particuliers, son concept de drugstore initié en 2002 compte plus de 200 implantations en France métropolitaine, DOM-TOM et Luxembourg depuis 2019. Pionnier et leader du marché, le groupe a réalisé 119 M€ de CA consolidé en 2019 et devrait clôturer 2020 sur une courbe ascendante à près de 130 M€.

Dans un marché du soin capillaire contrasté, où la rapide évolution de la demande des consommateurs sur la nature des produits s'établit sur fond de croissance atone, encore complexifiée par le contexte Covid, le Groupe CSP - Bleu Libellule poursuit sa stratégie de forte croissance par l'extension de son réseau de points de vente, à raison d'une vingtaine de magasins par an. Présent pour moitié en galerie marchande et pour l'autre en zone commerciale, le groupe se

développe désormais également en centre-ville, faisant primer l'attractivité de l'emplacement sur la surface. Enrichissant encore son parcours client, le Groupe CSP - Bleu Libellule met en place un nouveau concept de Hub communautaire à destination des coiffeurs isolés en demande de best practices, par l'intégration d'espaces dédiés aux professionnels à ses magasins, leur permettant de tester des produits, de se former et de rencontrer les marques. Les deux premiers sites de ce type ont été lancés à Lattes dans l'Hérault et à Paris. En parallèle de ces points de vente nouvelle génération, le Groupe CSP - Bleu Libellule accentue sa politique d'investissement dans la digitalisation de ses outils. Dès 2018, il a engagé un plan d'une dizaine de millions d'euros, portant sur les systèmes d'information - traitement des données de caisse, approvisionnement et gestion des stocks, plateforme digitale -, et sur les infrastructures du siège. L'optimisation de la logistique en amont se poursuivra encore dans les trois années à venir (10 à 15 M€ d'investissements sur 2021-2022), allant de l'automatisation de la chaîne d'emballage à l'extension de sa plateforme la portant à 20.000 m². Cette maximisation lui permettant de tripler le nombre de colis traités par jour (de 5.000 à 16.000) pour répondre à une plus grande volumétrie de petites commandes induite par la stratégie de distribution omnicanale du groupe.



CAROLINE WINCKER
PRÉSIDENTE
CRÉATION EN 1997

Après une maîtrise en droit et une première expérience professionnelle en vente et marketing, Caroline Wincker ouvre avec son compagnon à Nîmes en 1997 le premier magasin Objectif Coiffure, distributeur spécialisé en produits capillaires à destination de professionnels et de particuliers, auquel ils ajoutent en 2002 un concept innovant de drugstore «cash & carry» de produits esthétiques professionnels sous la marque Bleu Libellule. Caroline Wincker est présidente du groupe.

SIÈGE SOCIAL
Occitanie

MARCHÉ
International

EFFECTIF 2019
700

CA 2019
119,1 M€

CA 2019 / 2018
25%



bleulibellule.com

BIODIS

Grossiste en produits bio

SIÈGE SOCIAL

Bretagne

MARCHÉ

National

EFFECTIF 2019

54

CA 2019

41,8 M€

CA 2019 / 2018

16%



grossistebio.fr



MYRIAM JOURDAN
PRÉSIDENTE
REPRISE EN 2019

Diplômée d'une licence de commerce à l'université de Bretagne Occidentale en 2004, Myriam Jourdan démarre sa carrière au sein du groupe Casino en tant que responsable de l'espace frais. Deux ans plus tard, elle rejoint Biodis comme acheteuse en fruits et légumes. Elle progresse rapidement dans l'entreprise, devient directrice adjointe en 2009 puis directrice générale en 2014. Elle rachète la société à son fondateur Jean-Marc Drouin en 2019 et en prend la présidence.

Grossiste en produits certifiés bio depuis plus de trente ans, Biodis est une entreprise familiale indépendante, leader dans sa région Bretagne. Installée dans la périphérie rennaise, à Noyal-Châtillon-sur-Seiche, dans un entrepôt porté à 10.000 m² dont 4.000 m² en température contrôlée, elle distribue des produits frais, fruits et légumes, épicerie, boissons et produits d'hygiène, issus de l'agriculture bio, auprès de magasins indépendants dans toute la France. L'entreprise, qui a noué des liens éthiques et de bon sens avec plus de 230 fournisseurs, a réalisé un chiffre d'affaires de 41,8 M€ sur l'exercice 2019 et poursuit sa croissance bouclant 2020 avec un chiffre d'affaires de 53,7 M€ et 76 salariés.

Dans un marché où la consommation de produits bio en France a connu une croissance de 13,5% en 2019, le grossiste breton Biodis se distingue par sa gamme de produits (plus de 6.000 références), sélectionnés auprès de producteurs locaux 100% bio et d'acteurs historiques de l'agriculture biologique, distribués aux enseignes bio indépendantes. Catalyseur des nouvelles pratiques de consommation, Biodis mise sur un sourcing de marchandises de qualité, favorise une relation constructive avec les acteurs locaux, critère d'achat essentiel des clients finaux et l'amplifie

par son savoir-faire dans la distribution et la livraison des marchandises. La PME a accéléré sa courbe de croissance à l'arrivée sur son nouveau site en 2015, doublant sa surface de stockage en 2019 pour atteindre les 10.000 m² et étendre son offre. Elle renforce ses capacités commerciales afin d'être encore plus proche de ses clients. Investissement qu'elle combine aujourd'hui à l'informatisation totale de la logistique. Convaincue que son segment de marché va se réorganiser autour du service de qualité, du bon choix des produits, de leurs origines et de la régionalité affirmée, Biodis maintient son positionnement de fédérateur des acteurs locaux, préférant distribuer les produits pour plus de transparence sur leur origine que de développer sa propre marque. Elle incarne le trait d'union entre les terroirs, les marques et les magasins, l'histoire de Biodis se construisant avec eux, dans une logique partenariale. Elle joue la carte du collectif en étant le grossiste qui accompagne l'émergence de marques, telle que la gamme ELIBIO créée par des magasins bio indépendants pour développer des premiers prix. Elle entend consolider son positionnement en Île-de-France et dans l'Est de la France, pour devenir le leader de la moitié Nord de la France. Biodis ambitionne de renforcer également son offre en direction du vrac.

IDEALWINE

Enchères en ligne et distribution spécialisée

Plateforme dédiée à l'achat de vin, la revente de cave et la cotation de grands crus, iDealwine fête ses 20 ans en 2020 avec une communauté de 600.000 amateurs dans 120 pays. Première maison d'enchères de vin en Europe, leader au niveau mondial pour les enchères online de vin, elle propose une sélection complémentaire de vins disponibles en achat direct, acquis auprès d'un réseau de près de 700 domaines et des millésimes anciens issus de rachats de cave de particuliers, partie de l'activité qui a connu une expansion en 2020, l'interaction digitale avec le client s'accroissant et le réseau d'approvisionnement se remodelant profondément avec la Covid-19. Touchant des cultures œnologiques variées, le site présente des bouteilles de moins de 10 € à plus de 30.000 € pièce. Avec une croissance annuelle moyenne à deux chiffres depuis 2015, iDealwine réalise un CA de plus de 30 M€ en 2020, dont près de 50% à l'export et porte ses effectifs à 43.

Dans le sillage des premiers usages marchands d'Internet, iDealwine entend agréger les enchères régionales via une plateforme digitale. Au-delà de l'accès facilité aux vins de ces différentes enchères, la plateforme prend la responsabilité de la vérification des bouteilles et de la logistique de livraison. Elle accélère à l'international avec l'ouverture d'un bureau de représentation à Hong-Kong en 2014, permettant de répondre

à la forte demande asiatique, qui représente aujourd'hui près de 20% du CA. Avec ses deux modes d'achats distincts, les enchères (70% du CA) ou en direct des domaines, iDealwine devient l'interlocuteur de référence pour acheter et vendre son vin au prix juste. S'attachant à guider aussi bien les néophytes que les grands amateurs, l'entreprise y ajoute des services : descriptif et cote des vins, outils de valorisation de cave en temps réel, analyses du marché, etc. Désireuse d'accroître sa visibilité auprès de nouveaux publics et d'intensifier ses échanges avec sa communauté, iDealwine multiplie les rencontres virtuelles entre producteurs et amateurs, via les réseaux sociaux et les E-dégustations. iDealwine continue à innover sur les services, comme la constitution de caves « clés en mains » par un personal shopper, le développement de systèmes de stockage individuels, afin de garantir la préservation des vins dans des conditions optimales, ou encore le traçage via une puce des bouteilles d'exception, permettant de conserver les informations d'expertise dans la Blockchain et de renforcer la sécurisation des échanges. En dépit d'un contexte particulier (Brexit, taxes américaines sur le vin), l'entreprise poursuit sa dynamique internationale, avec un déploiement qui s'accroît en Europe, aux Etats-Unis et en Asie.



ANGÉLIQUE
DE LENCQUESAING
DIRECTRICE GÉNÉRALE
CRÉATION EN 2000

Diplômée de sciences politiques, Angélique de Lencquesaing débute sa carrière à la Bourse de Paris en communication financière. Elle y rencontre ses futurs associés. Tous trois décident de transposer la transformation des marchés boursiers à l'univers du vin, en créant en 2000 iDealwine, une plateforme digitale d'achat et de revente de grands crus. Directrice générale de l'entreprise, Angélique de Lencquesaing est plus particulièrement chargée de l'analyse du marché, du marketing et de la communication.

SIÈGE SOCIAL
Ile-de-France

MARCHÉ
International

EFFECTIF 2019
40

CA 2019
27,5 M€

CA 2019 / 2018
20%



idealwine.com

LA BOUTIQUE OFFICIELLE

NEW COLLECTIONS
Vente en ligne de streetwear

NOUVEAUTÉS

SIÈGE SOCIAL
Auvergne-Rhône-Alpes

MARCHÉ
International

EFFECTIF 2019
83

CA 2019
55,8 M€

CAGR 2016 - 2019
24%

LA BOUTIQUE
OFFICIELLE

laboutiqueofficielle.com



THÉA ROSIN
DIRECTRICE GÉNÉRALE
NOMINATION EN 2019

Diplômée de Sciences Po Paris, Théa Rosin intègre la grande distribution après quatre ans chez EY comme auditrice financière. Elle rejoint le groupe Casino par la branche Proximité en 2011 dont elle devient directrice Stratégie fin 2015. Désireuse d'éprouver ce qu'elle prône, elle s'immerge au plus près du terrain en prenant pendant plusieurs mois la direction d'un supermarché. Elle rejoint La Boutique Officielle comme directrice des opérations en février 2019 à l'occasion de la réorganisation du capital du pure player. Elle en devient directrice générale en août 2020.

Créée en 2006, La Boutique Officielle est devenue le leader français de la vente en ligne de streetwear à destination des 15-25 ans. Pure player digital ayant tissé des liens forts avec des artistes de l'industrie musicale, l'entreprise connaît une forte croissance par le développement de son offre produits et de sa base clients. Son site laboutiqueofficielle.com affiche plus de 300 marques françaises et internationales, auxquelles s'ajoutent deux marques propres visant une clientèle majoritairement masculine répartie sur toute la France. Dans un segment du textile aux courbes ascendantes, le groupe a relocalisé toutes ses équipes fin mai 2020 à Chaponost près de Lyon et doublé son centre logistique (12.500 m²), de manière à gérer des volumes en forte expansion et pouvoir se projeter vers l'avenir. Il franchit la barre des 100 salariés et des 60 M€ de CA en 2020.

La Boutique Officielle se positionne sur le marché porteur du streetwear, avec une vision du commerce affinitaire, où le client recherche avant tout une expérience, « style every day ». A son arrivée, Théa Rosin prend en charge aux côtés de Julien Cohen l'organisation du développement, initie des chantiers structurants afin de dimensionner la société en forte

croissance pour l'avenir. Dans un univers concurrentiel où la promotion quasi permanente s'aligne sur une quasi gratuité des retours, La Boutique Officielle détonne : elle applique les prix recommandés par ses fournisseurs pour que les marques maîtrisent la valeur et s'adresse à ses clients dans un parti pris éco-responsable (application de frais de retour, politique ferme sur l'état des produits pour pouvoir les remettre en stock). La Boutique Officielle, qui a fait de l'agilité son credo, ajoute un autre atout différenciant : elle travaille son catalogue par une approche affinitaire basée sur le marketing, les réseaux sociaux et les influenceurs. Ses shootings visent à inspirer les 15-25 ans, en mettant en scène des silhouettes complètes portées par des personnalités. Avec un taux de pénétration élevé dans des départements où le site comble une absence de lieux de vente physiques. La Boutique Officielle vise à étendre sa clientèle en élargissant son offre à des marques premium, attractives notamment auprès des 25-40 ans. L'expansion internationale pourrait également être un cheval de bataille pour les années à venir. Un projet de croissance aligné sur la rentabilité que La Boutique Officielle partage avec ses salariés de manière très inclusive, intégrant l'ensemble des maillons de la chaîne de valeur à sa concrétisation.

GREEN FAMILY

Distribution de produits d'hygiène écologiques

Spécialiste des produits d'hygiène pour bébé et pour femme, Green Family s'est fait connaître sous la marque Love&Green avec sa gamme de couches et lingettes, avant de s'étendre aux soins bio et produits d'hygiène féminine. La société a su s'imposer par des compositions alternatives, incorporant significativement plus de matières naturelles, responsables et certifiées. Ayant adopté un modèle fables, Green Family construit ses lancements et innovations-produits avec les départements R&D de ses fournisseurs, visant une amélioration constante de leur composition comme de leur empreinte environnementale. Pionnière de la transparence et de la lutte contre les substances toxiques au sein des produits d'hygiène, Green Family liste de façon claire et précise ses ingrédients et communique régulièrement ses résultats de tests-produits, y compris ceux de l'ANSES. Distribuée en GMS, GSS et en ligne, Green Family réalise plus de 100 % de croissance moyenne par an ces trois dernières années pour près de 30 M€ de CA estimés en 2020.

Dès 2011, les fondateurs anticipent l'émergence des attentes des clients pour plus de naturalité et de transparence dans leur consommation. Porte-étendard de l'hygiène naturelle, Green Family défend des alternatives disruptives qui viennent chambouler l'offre de grande consommation des segments

hygiéniques. Un positionnement conforté par la dénonciation croissante des compositions des produits hygiéniques par les autorités de contrôle, les consommateurs et les nouveaux entrants. Dans un marché dominé par les multinationales et MDD usant de la pétrochimie ou encore de procédés industriels tels que le blanchiment au gaz chloré, Green Family s'est attachée à repenser les compositions-produits avec des ingrédients principalement d'origine naturelle et des procédés plus éco-responsables. Green Family a gagné une position de choix dans les réseaux la référençant, atteignant des parts de marché de l'ordre de 8% sur les segments de l'hygiène bébé et femme. Alors que la majorité de ses produits étaient distribués en GMS, Green Family pénètre le segment des GSS en 2020, avec un référencement chez Biocoop, et multiplie par trois le CA de son site web, proposant désormais l'abonnement, une offre à succès. Parmi ses nombreux projets de développement, 25 lancements de produits sont à l'étude sur de nouvelles verticales, l'internationalisation vers les pays limitrophes est en cours, la diminution de son empreinte carbone se poursuit. Green Family formalise par ailleurs sa démarche RSE, avec l'obtention de sa certification PME+, la création d'un comité RSE et l'édition de son 1^{er} rapport RSE en 2020.



CÉLINE AUGUSTO
PRÉSIDENTE
CRÉATION EN 2011

Diplômée de Sciences Po et de l'Edhec, Céline Augusto commence sa carrière chez Henkel en charge du marketing pour des produits lessiviers. Elle rejoint le fabricant de savons Cadum en 2008, et y rencontre son mari Gabriel. Bientôt jeunes parents, ils décident en 2011 de créer la marque Love&Green, dédiée à l'hygiène naturelle pour bébé, qui deviendra Green Family en 2020, pionnier du segment de l'hygiène naturelle pour tous.

SIÈGE SOCIAL
Ile-de-France

MARCHÉ
National

EFFECTIF 2019
19

CA 2019
24,7 M€

CAGR 2016 - 2019
104%



loveandgreen.fr

JUVISÉ PHARMACEUTICALS

Laboratoire pharmaceutique

SIÈGE SOCIAL
Auvergne-Rhône-Alpes

MARCHÉ
International

EFFECTIF 2019
15

CA 2019
33,9 M€

CAGR 2016 - 2019
31%



EMILIE GOUNON
DIRECTRICE GÉNÉRALE
NOMINATION EN 2019

Diplômée d'un DESCF en comptabilité-finance à l'université Lyon 3, Emilie Gounon démarre sa carrière à Paris en commissariat aux comptes au sein de petites structures. Rapidement, elle rejoint l'univers pharmaceutique comme contrôleur de gestion pour la filiale France du laboratoire japonais Eisai, où elle reste 10 ans, avant de rejoindre Juvisé Pharmaceuticals en 2013. Arrivée en tant que directrice financière & opérations, elle accède au poste de directeur général en 2019.

Juvisé Pharmaceuticals est une société pharmaceutique française indépendante, spécialisée dans la fabrication et la commercialisation de médicaments originaux et de prescription. Le laboratoire exploite un portefeuille de traitements à haute valeur thérapeutique acquis auprès de grandes firmes pharmaceutiques en oncologie, cardiologie et neurologie-psychiatrie. Juvisé Pharmaceuticals est aujourd'hui une entreprise reconnue internationalement, commercialisant ses produits dans 75 pays dans le monde. En 2019, Juvisé Pharmaceuticals a réalisé un CA de près de 34 M€. Dynamique qui lui a permis de porter ses effectifs à 23 en 2020.

Juvisé Pharmaceuticals est un modèle atypique d'entreprise pharmaceutique. Spécialisée dans le rachat d'actifs pharmaceutiques auprès de grandes firmes, qui souhaitent se désengager pour se concentrer sur d'autres aires thérapeutiques plus stratégiques, le laboratoire exploite un portefeuille de produits matures et établis, qui ne nécessitent plus de R&D, mais une disponibilité sans faille pour les millions de patients, qui en ont besoin à travers le monde. Fondée en 2008 par Frédéric Mascha, à la suite de la cession de sa première entreprise pharmaceutique, LynaPharm, Juvisé Pharmaceuticals commercialise aujourd'hui mondialement

ses neuf spécialités pharmaceutiques de marque (princeps) reconnues pour leur intérêt thérapeutique majeur en oncologie, cardiologie et neurologie-psychiatrie. Précurseur de son marché, Juvisé débute son courant d'affaires en 2008 à partir d'un myorelaxant et d'un antivertigineux, tous deux vendus en France. Dès 2011, la société acquiert trois nouveaux médicaments de périmètre mondial. En 2016, Juvisé fait l'acquisition de trois autres médicaments dédiés à la cardiologie. En pleine expansion, l'entreprise acquiert deux produits de référence dans le champ de l'oncologie en 2020. Le savoir-faire de Juvisé Pharmaceuticals repose sur sa capacité à optimiser rapidement les actifs acquis en améliorant la fabrication, la distribution et la visibilité auprès des professionnels de santé. Bâtie sur un modèle décentralisé et performant, Juvisé Pharmaceuticals est recentrée sur une équipe réduite et majoritairement féminine, qui concentre les fonctions-clefs à haute valeur ajoutée et qui s'appuie sur un solide réseau de partenaires externes. Fort de son succès, Juvisé Pharmaceuticals souhaite poursuivre sa croissance et se tourner vers des produits plus innovants, toujours pour le bien-être des malades et en répondant à des besoins médicaux aujourd'hui non satisfaits.



HORUS PHARMA

Laboratoire spécialisé en ophtalmologie

Fondé à Saint-Laurent-du-Var en 2003 par Martine et Claude Claret, Horus Pharma est un laboratoire indépendant spécialisé en ophtalmologie qui brevète et commercialise des produits sans conservateurs destinés à la santé de l'œil et de la paupière. Dans un secteur concurrentiel dominé par des multinationales, le laboratoire connaît une croissance continue à deux chiffres depuis sa création tout en conservant son ancrage familial. Poursuivant les lancements de spécialités novatrices issues de sa R&D et son déploiement à l'international, Horus Pharma fait de la e-santé son troisième pilier de développement. Partenariats avec des plateformes numériques, emballages en réalité augmentée, la digitalisation est au cœur de ses priorités. Avec une croissance de 30% en 2019, la société structure sa position de leader sur le marché en France et porte ses effectifs à 170 salariés en 2020.

Avec l'innovation au cœur de son modèle de développement, Horus Pharma a mis sur le marché plus de cinquante produits, médicaments et dispositifs médicaux en ophtalmologie, dermo-ophtalmologie, contactologie, micronutrition oculaire et chirurgie depuis sa création. La société investit plus de 10% de

son CA en R&D, nourrit un large réseau de partenariats internationaux et enchaîne les premières en France, en particulier sur la cornée. L'acide hyaluronique en collyre, le flacon multidose sans conservateur, l'émulsion lipidique sans conservateur ni tensioactif imitant les larmes, les membranes lyophilisées pour traiter les ulcères cornéens ou les dérivés plaquettaires amendant les sécheresses oculaires sévères comptent parmi ses fiertés. Ne perdant jamais de vue sa volonté d'optimiser les solutions thérapeutiques et services d'accompagnement proposés aux praticiens et patients, Horus Pharma mise notamment sur le digital ; les notices en réalité augmentée lancées en 2019 permettent de visualiser en 2D ou 3D des objets virtuels, animations et données, délivrant ainsi plus d'informations à distance. Acteur de référence en Europe, Horus Pharma distribue ses produits en France et à l'international à travers ses filiales en Espagne, Belgique-Luxembourg (2015) et Pays-Bas (2017). L'internationalisation et la diversification vers une dermatologie « over-the-counter » représentent également des relais de croissance stratégiques face au durcissement des politiques de remboursement en France.



MARTINE CLARET
PRÉSIDENTE
CRÉATION EN 2003

Docteure en pharmacologie, Martine Claret débute sa carrière dans la recherche au sein des Laboratoires Dulcis. Elle prend par la suite la direction des Laboratoires Granions pendant quinze ans, puis celle de MC Développement, société spécialisée dans les accords de licences à l'international et le développement de spécialités pharmaceutiques présentant des contraintes techniques particulières. En 2003, elle crée les laboratoires Horus Pharma.

SIÈGE SOCIAL
PACA

MARCHÉ
International

EFFECTIF 2019
152

CA 2019
64 M€

CA 2019 / 2018
30%



horus-pharma.com

BLUEREQ

Société de conseil pour l'industrie pharmaceutique

SIÈGE SOCIAL
PACA

MARCHÉ
International

EFFECTIF 2019
70

CA 2019
10,8 M€

CAGR 2016 - 2019
20%



CORINNE SCHMITZ
PRÉSIDENTE DIRECTRICE GÉNÉRALE
CRÉATION EN 2011

Docteur en pharmacie, Corinne Schmitz a travaillé pendant plus de vingt ans dans l'industrie du médicament, au sein de grands laboratoires tels que Roche, GSK et Allergan. Elle crée une société de conseil auprès de laboratoires pharmaceutiques en 2011 et la porte à l'international en 2015, en parallèle du lancement de Pharma Blue, entité facilitant la mise sur le marché français de médicaments innovants pour patients atteints de maladies rares ou graves.

BlueReg est une société de conseil pour l'industrie pharmaceutique basée à Sophia Antipolis. Dans un contexte où les laboratoires doivent intégrer une réglementation de plus en plus exigeante pour développer, enregistrer et commercialiser leurs produits de santé, BlueReg fournit un accompagnement stratégique et opérationnel sur-mesure, adapté aussi bien aux startups de biotechnologie en développement de thérapies innovantes qu'aux big pharma en pic d'activité. Forte de cette expertise et d'une solide réputation acquise sur le marché français, la société devient peu à peu un partenaire privilégié des laboratoires européens et américains désireux de conquérir de nouveaux marchés. L'ouverture en 2015 d'un bureau à Londres facilite son ambition de devenir la porte d'entrée des laboratoires étrangers sur le marché européen. Suivent les ouvertures de New York en 2017, Amsterdam en 2018, puis de Boston en 2019. Elle poursuit de façon significative sa croissance en 2020, élargissant encore sa part à l'export et portant ses effectifs à 75.

BlueReg se développe dans un contexte favorable, où l'industrie pharmaceutique, en recherche constante d'optimisation, sous-traite significativement sur des métiers intellectuels et stratégiques. Face à la concurrence de grosses sociétés de

recherche sous contrat (CRO) proposant des services étendus comme la conduite d'études et d'essais cliniques, l'entreprise se démarque par la fidélité à son cœur de métier : l'expertise et le conseil. Elle a développé un portefeuille clients lui assurant une récurrence de chiffre d'affaires en France et à l'international (plus d'une centaine de laboratoires accompagnés à ce jour). Le groupe articule son activité autour de trois grands pans. La moitié de ses revenus provient de ses services aux laboratoires internationaux pour accélérer l'enregistrement et la commercialisation de leurs médicaments en Europe. Pour les laboratoires installés en France, le groupe intervient après l'autorisation de mise sur le marché en veille réglementaire. Avec Pharma Blue créé en 2015, BlueReg se positionne sur les Early Access Program permettant à des startups de biotechnologies d'accélérer la mise à disposition de leurs nouveaux médicaments à des patients en France par le biais d'autorisations temporaires. L'expansion se poursuit en 2020 par la création d'une filiale opérationnelle à l'île Maurice pour la gestion de données cliniques et la préparation de rapports ou de dossiers réglementaires. Avec 45% d'export et 10,8 M€ de CA en 2019, BlueReg vise les 20 M€ de CA et 100 collaborateurs en 2022.



blue-reg.com

DEVENEZ

IMMANQUABLE

REMARQUABLE

MÉMORABLE

NM . MEDIA

NM . AGENCY

NM . EVENTS

**L'AGILITÉ
D'UNE AGENCE
DE COMMUNICATION**

**LA PUISSANCE
D'UN MÉDIA**

Grant Thornton, acteur majeur de l'audit et du conseil engagé en faveur de la mixité et du leadership au féminin

Chez Grant Thornton, nous sommes convaincus que la croissance de demain sera nécessairement durable et inclusive. Nous avons fait le choix de placer la RSE au cœur de notre projet stratégique avec pour ambition de faire évoluer nos pratiques internes et celles de nos clients.

Dans ce cadre, nous attachons une attention particulière aux enjeux de diversité et d'inclusion et menons notamment une politique active en faveur de la mixité. Cela se traduit aussi bien par nos programmes de leadership féminin pour nos collaboratrices, que par l'organisation d'événements réunissant nos clientes dans une logique d'*empowerment* féminin ou encore par notre soutien au Palmarès Women Equity que nous avons plaisir à renouveler cette année.

CONTACTS

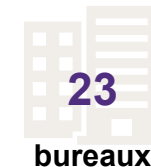


Nathalie Margraite
Associée sponsor RSE
Membre du comité de Direction
Nathalie.Margraite@fr.gt.com



Audrey Alaux
Responsable Projets RH et RSE
Audrey.Alaux@fr.gt.com

Grant Thornton, Groupe d'Audit et de Conseil en France et dans le monde, offre aux entreprises une gamme complète de solutions, en particulier pour les ETI / PME, dans tous les secteurs





COHEN AMIR-ASLANI

Cohen Amir-Aslani est un cabinet d'avocats d'affaires international basé à Paris et composé d'une trentaine d'avocats.

Le cabinet intervient dans l'ensemble des domaines du droit des affaires qui comprend les fusions-acquisitions, le private equity, le droit des sociétés, la fiscalité, la concurrence, le droit de l'environnement et les contentieux commerciaux ainsi que les opérations boursières.

Avec plus de 40 ans d'expérience, le cabinet a développé une solide réputation dans la pratique du droit des affaires en France et à l'étranger, et a acquis une excellente compréhension de l'économie mondiale et des enjeux pour ses acteurs.

Nos avocats représentent et conseillent une vaste clientèle présente dans un ample éventail de secteurs d'activités incluant l'industrie (santé, agroalimentaire, automobile, construction,...) et le secteur tertiaire (services informatiques, nouvelles technologies,..., en B to B ou B to C). Véritable partenaire de nos clients, notre cabinet s'attache à leur apporter une expertise et une vision stratégique au service de leur développement et de la défense de leurs intérêts.

La force de Cohen Amir-Aslani repose sur ses équipes. Tous savent répondre avec habileté aux exigences des opérations les plus complexes tout en mettant le client au centre de leurs préoccupations.

Cohen Amir-Aslani pour Women Equity



Karine Fitau – Associée
k.fitau@caa-avocats.com

Un cabinet reconnu :



- **Excellent** sur les opérations de fusions et acquisitions – Opérations comprises entre 75M€ et 500M€ (Editions 2019, 2018 et 2017)
- **Excellent** dans les opérations de Capital Investissement - LBO Mid et Small Cap (Edition 2018)
- **Fortement réputé** dans les opérations de Capital Investissement – Opérations de capital développement (Edition 2018)
- **Réputé** dans les opérations de Capital Investissement - Conseil aux équipes dirigeantes (Editions 2018)



- **Réputé** pour les opérations de fusions et acquisitions (Editions 2018 et 2017)
- **Réputé** pour les litiges contentieux et de droit des sociétés (Editions 2018)
- **Réputé** pour les opérations de Private Equity (depuis 2014)

En outre, le Cabinet est classé au LEGAL 500 comme étant **l'un des cabinets d'avocats les plus importants en France.**

Retrouvez nous sur:

  www.cohenamiraslani.com

Right by your side

À PROPOS DE
Women Equity Partners

PLATEFORME WOMEN EQUITY

Women Equity Partners déploie depuis 2010 un important soutien au développement des entreprises de croissance, opérationnel et financier, doublé de la mobilisation d'un vaste réseau d'affaires et d'influence et d'une capacité à assurer leur promotion et leur visibilité, dans une démarche à fort impact.



IDENTIFICATION

Nous développons et nous partageons une meilleure connaissance de l'univers des PME dirigées par des femmes, sous la supervision de notre Comité Scientifique



ACCOMPAGNEMENT

Nous soutenons financièrement et opérationnellement le développement des entreprises les plus prometteuses, et favorisons leur transformation dans une démarche management-friendly



PROMOTION

Nous structurons un écosystème favorable à leur profit, et promouvons les entreprises remarquables afin de favoriser la diffusion de rôles-modèles diversifiés de leadership

WOMEN EQUITY UNE DÉMARCHE D'IMPACT

Au fil de ces onze dernières années dédiées au soutien des PME et ETI dirigées par des femmes en France, nous avons identifié et mis en évidence l'incroyable richesse d'un univers d'entreprises largement méconnu et aujourd'hui encore, relativement ignoré. Un ensemble de sociétés dirigées par des managements remarquables, qui excellent sous de nombreuses contraintes, de visibilité et de reconnaissance, de faible intégration dans les réseaux d'affaires traditionnels comme de financement en capital.

Nous construisons, au travers de la plateforme Women Equity, un écosystème favorable à ces dirigeantes, leur permettant de majorer l'impact économique, financier, social et sociétal des entreprises dont elles ont la responsabilité. Nous concourons au changement d'échelle des leaders régionaux en champions nationaux et internationaux. Nous contribuons à la diffusion de rôles modèles diversifiés de leadership.

- Développer et partager une meilleure connaissance de l'univers des PME de croissance
- Identifier et diffuser les meilleures pratiques de gestion
- Accompagner et financer les PME et ETI
- Promouvoir et élargir leur empreinte institutionnelle et media

Voix clef sur la thématique auprès d'audiences de grande qualité, nous engageons dans cette démarche placée sous le prisme de la performance financière, de l'initiative entrepreneuriale et de la responsabilité globale, des acteurs majeurs de l'économie, grands groupes, médias de premier plan, personnalités du monde économique, social, institutionnel et politique.

LES TEMPS FORTS DE 2021

Focus sur nos actualités, dont nous ne manquerons pas de vous tenir informés, l'agenda pouvant s'avérer plus mouvant que nous le souhaiterions.

Actifs tout au long de l'année au soutien des PME et ETI dirigées par des femmes, nous leur ouvrons un écosystème sur lequel s'appuyer, un espace où échanger et densifier ses pratiques, des temps de rencontres où prendre de la hauteur de vue et challenger sa vision stratégique.

Suivez les actualités de l'écosystème Women Equity sur notre newsroom news.women-equity.com
Stay tuned !

FORMATIONS

Women Equity s'implique dans la sélection par le programme 10.000 Small Businesses, conçu par la fondation Goldman Sachs et dispensé en partenariat avec l'Essec Business School. Il vise à favoriser le changement d'échelle des PME françaises et la création d'emploi. Du contenu académique de haut niveau, de l'accompagnement collectif et du coaching d'entreprise personnalisé pour développer ses compétences en stratégie, leadership, marketing et finance. Prochaine session automne 2021.

PARTAGES

Trois thématiques pour trois rendez-vous : le club Women Equity se réunira à nouveau sur l'heure du déjeuner pour évoquer financement et développement des PME, leurs pratiques managériales et RSE, et un point de conjoncture, en partenariat avec BNP Paribas. Des rencontres faisant fond sur des expertises de haut vol, des contributions de dirigeantes, en échange avec une audience ciblée. A l'Orangerie en présentiel si la période le permet.

ÉTUDES

Women Equity s'associe à Bpifrance dans l'élaboration et la publication d'une étude sur la mixité et la performance des PME, à l'occasion des cinq ans des Accélérateurs de la banque publique d'investissement française. Analyser les liens pouvant s'établir entre ces deux paramètres économiques et sociaux, dans le but d'impacter positivement la croissance française. Une analyse réalisée à partir d'un sondage Opinion Way.

ÉVÉNEMENTS

Dans le cadre de son soutien aux démarches à impact positif, Women Equity amplifie ses travaux sur la RSE, initiés au travers des recherches de notre conseil scientifique international et des trophées de la performance durable décernés à la lumière du Palmarès. Cette année, les prix individuels laissent place à un colloque pour plus de collectif et plus de partage sur la responsabilité globale des entreprises. Un rendez-vous nourri par les pratiques des lauréates.

TOUS LES MATINS, L'ÉCONOMIE SE LÈVE À L'OUEST.

Chaque matin, recevez gratuitement l'essentiel de l'actualité économique.
Incrivez-vous gratuitement sur ouest-france.fr rubrique Entreprises.

« Ovest-France Entreprises accompagne l'économie au féminin et s'associe à Women Equity pour mettre en avant les dirigeantes de l'Ouest et encourager le dynamisme de notre territoire. »

Élisabeth Bureau, Chef d'édition Ovest-France Entreprises.

W O
M E N
E Q U
I T Y



Women Equity Partners - palmares@women-equity.com - www.palmares.women-equity.com