WOMEN EQUITY

8ème

Palmarès National

PME DE CROISSANCE EN FRANCE

2017

Édito

La huitième édition nationale du Palmarès Women Equity a considéré près de 35.000 entreprises sur tout le territoire, disposant de chiffres d'affaires compris entre 4 et 100 M€ sur l'une des années de référence. Parmi elles, quelque 5.000 entreprises dirigées par des femmes ont été documentées, afin de valider leur sélection, confirmer leurs performances, comprendre et partager leurs histoires entrepreneuriales, et de proche en proche, aboutir à la sélection des 50 lauréates du Palmarès Women Equity 2017.

Nous vous invitons à les découvrir au fil de ces pages et à saluer l'engagement, la vision, l'agilité qui caractérisent nombre d'entre elles. Célébrons l'esprit d'entreprendre et favorisons son déploiement par la diffusion de ces modèles de succès. Apprenons à mieux les connaître et facilitons leur transformation en champions de leurs secteurs pour renouer durablement avec la croissance. Tels sont les objectifs que nous fixons à la communication des meilleures performances combinées en termes de croissance et de rentabilité des PME dirigées ou co-dirigées par des femmes.

Dunya Bouhacene
Présidente de Women Equity Partners

DANS UN MONDE QUI CHANGE,
VOUS ÊTES TOUJOURS À L'HEURE
DES MARCHÉS INTERNATIONAUX.

INVESTISSEMENTS
INTERNATIONAUX

Grâce à notre réseau implanté dans 30 pays, votre banquier privé peut vous permettre de saisir les opportunités d'investissements là où elles se présentent.
Votre patrimoine a une histoire. Écrivons son avenir.
@LeCercleWealth

MEILLEURE BANQUE PRIVÉE EN FRANCE EN 2017 POUR EUROMONEY, PWM - THE BANKER ET WORLD FINANCE

BNP PARIBAS

La banque d'un monde qui change

BNP Paribas, SA au capital de 2 496 865 996 € - Siège social : 16 bd des Italiens, 75009 Paris - Immatriculée sous le n° 662 042 449 RCS Paris - Identifiant CE FR76662042449 - ORIAS n° 07022735.

BNP PARIBAS
BANQUE PRIVÉE

BNP Paribas Banque Privée soutient l'entrepreneuriat féminin

Acteur majeur du financement de l'économie française, BNP Paribas Banque Privée soutient et accompagne Women Equity For Growth depuis 2011. Cet engagement se traduit par le financement de programmes de recherche, la publication du palmarès annuel des 50 meilleures PME françaises dirigées par des femmes et l'organisation de déjeuners-débats portant sur les enjeux majeurs des chefs d'entreprises et cadres dirigeantes.

Informer, connecter, célébrer, mieux faire connaître les femmes entrepreneures : nous visons ces mêmes objectifs avec le programme de formation de Stanford, par exemple, initié par notre réseau international BNP Paribas Wealth Management, avec le soutien de l'association WBMI (Women Business Mentoring Initiative). Plus récemment, BNP Paribas Wealth Management s'est également associé au groupement des Femmes Chefs d'Entreprises Mondiales (FCEM) pour décerner le « Prix international BNP Paribas de la Femme Entrepreneure », première récompense internationale saluant le parcours professionnel d'une femme entrepreneure.

SUIVEZ-NOUS
www.mabanqueprivee.bnpparibas
@LeCercleWealth
BNP Paribas Banque Privée

Première banque privée en termes d'actifs confiés, BNP Paribas Banque Privée est résolument aux côtés des entrepreneurs pour comprendre leurs enjeux, anticiper leurs besoins et répondre à leurs attentes. Que vous soyez à la tête d'une grande entreprise, d'une PME, d'une start-up…, nous vous accompagnons sur les deux volets de votre patrimoine, privé et professionnel. Nous vous conseillons sur vos problématiques spécifiques en relation étroite avec votre chargé d'affaires entreprises BNP Paribas. Vous êtes reçus et suivis dans des environnements privilégiés : **maisons des entrepreneurs, pôles innovation, centres d'affaires et de conseils aux entrepreneurs.** Si votre emploi du temps ne vous permet pas de vous déplacer, vous pouvez échanger à distance avec votre banquier privé et notre réseau d'experts (ingénieurs patrimoniaux, gérants, spécialistes en immobilier, conseils en foncier rural, en art, en philanthropie…). **Téléphone, e-mail, face-à-face, visio-conférence, Internet… : vous choisissez le mode de communication qui vous convient le mieux.**

BNP Paribas Banque Privée est régulièrement désignée « Meilleure banque privée en France » par la presse spécialisée (Prix World Finance 2017, Euromoney 2017, PWM-The Banker 2017). Son réseau international, BNP Paribas Wealth Management, a également été salué par la distinction « Highly commended » dans la catégorie « Meilleure banque privée en Europe » par PWM-The Banker, deux publications du groupe Financial Times.

KPMG soutient le leadership au féminin

Alors que la question des femmes au sein des entreprises est au cœur des débats publics, que les bénéfices de la mixité pour l'entreprise sont clairement identifiés, la place des femmes aux postes de direction générale reste encore trop faible.

Chez KPMG, la mixité et l'inclusion sont au cœur de nos valeurs et nous nous engageons à travers de nombreux programmes de mentoring et de leadership.

KPMG valorise ainsi la contribution des femmes au monde économique, soutient le leadership au féminin dans les grandes entreprises et s'engage aux côtés des PME de croissance pour répondre aux enjeux de demain et être au cœur des priorités des dirigeantes.

Ambassadeurs KPMG Women for Business

Marie Guillemot
Associée,
Membre du Comité Exécutif

mguillemot@kpmg.fr

Nicolas Beaudouin
Associé,
Directeur du Développement
Paris & Centre

nbeaudouin@kpmg.fr

kpmg.fr

Leader de l'audit, du conseil et de l'expertise comptable, KPMG compte 8 500 professionnels dans 238 bureaux sur l'ensemble du territoire. Nos équipes interviennent auprès des grands groupes français et internationaux, des ETI et des groupes familiaux, ou encore des PME et des start-up, dans tous les secteurs d'activité.

200 sociétés cotées
ou faisant appel public à l'épargne

Près de 50% des 100 ETI
les plus importantes en France

Près de 30% des PME
de plus de 50 salariés

Sommaire

Éléments de contexte 10

Palmarès Women Equity 2017 13

Portraits d'entreprises 19

À propos 71

Table des entreprises 76

talentia Software
inspiring progress

Les **DRH** bien
dans leur **peau**
ont un **secret**

Crème nourrissante
Talentia HCM Suite
Renforce vos
recrutements

Baume protecteur
Talentia HCM Suite
Préserve vos
processus RH

Sérum déstressant
Talentia HCM Suite
Apaise les tensions
des départs

Fluide dynamisant
Talentia HCM Suite
Revitalise la gestion
des talents

talentia-software.fr

Talentia HCM Suite
La 1ère ligne de soins spécialement formulée pour les DRH.

Nouvelle application **Les Echos** certifiée

100% EFFICACE !

Analyses de la rédaction, décryptages, alertes :
l'intégralité des contenus Les Echos accessibles en mobilité et hors connexion, le journal disponible la veille dès 22h30 !

Une application intuitive,
offrant une expérience de lecture personnalisée :
sélection de vos secteurs préférés et sauvegarde de vos articles…

De nouveaux rendez-vous quotidiens :
Le vrai/Faux des Echos, le décodage par la rédaction du fait économique du jour…

Disponible sur App Store
DISPONIBLE SUR Google play

Les Echos

Éléments de

CONTEXTE

Les Palmarès Women Equity

Depuis 2010, Women Equity est à l'initiative du premier Palmarès annuel des PME dirigées ou co-dirigées par des femmes. Ce classement rassemble les 50 meilleures performances nationales issues d'un Index de près de 40.000 entreprises, disposant de 3 années d'existence a minima et d'un chiffre d'affaires compris entre 4 et 100 M€ sur l'une des années documentées. Outre son édition nationale historique, le Palmarès est depuis 2016 décliné en régions.

- Les Palmarès rassemblent les meilleures performances de PME indépendantes de croissance, ordonnées selon la moyenne de 5 indicateurs :
    - la croissance du CA sur la dernière année,
    - la croissance moyenne du CA sur les trois dernières années,
    - la croissance en valeur du CA de la dernière année,
    - la rentabilité sur la dernière année,
    - la croissance moyenne de l'EBE sur les trois dernières années,
- Le Palmarès Women Equity regroupe à l'issue les 50 meilleures performances des entreprises de croissance dirigées par des femmes,
- Lors de la soirée de dévoilement du Palmarès Women Equity, deux trophées sont décernés à des dirigeantes : l'un récompensant la meilleure performance économique, l'autre saluant une stratégie RSE remarquable,
- Pour les éditions en régions, les palmarès mettent en avant un nombre prédéterminé de dirigeantes des entreprises les plus performantes dont une, lauréate du Trophée Performance Eco.

Le Trophée Performance Éco

Le Palmarès Women Equity rassemble les entreprises affichant parmi les meilleures performances combinées du marché en termes de croissance du chiffre d'affaires (sur un an, sur trois ans, et en valeur) et de rentabilité (croissance et taux de rentabilité).

- L'entreprise lauréate du Trophée Performance Eco du Palmarès Women Equity 2017 est sélectionnée parmi les entreprises de croissance qui s'y sont classées et doit démontrer sa capacité à surperformer ses pairs. Elle doit ainsi afficher les meilleures performances combinées parmi les sociétés qui parviennent à afficher une performance supérieure à la moyenne des entreprises du Palmarès sur chacun des critères suivants :
    - Taux de croissance du chiffre d'affaires du dernier exercice (2016)
    - Taux de croissance moyen annuel du chiffre d'affaires des trois derniers exercices
    - Rentabilité opérationnelle du dernier exercice
- Elle doit en outre démontrer une consistance dans sa croissance rentable sur longue période
- Elle doit enfin disposer de perspectives de croissance future favorables"

WOMEN EQUITY NATIONAL 2017 TROPHÉE PERFORMANCE ECO

Le Trophée Performance RSE

L'entreprise lauréate du Trophée Performance RSE du Palmarès Women Equity est sélectionnée parmi les entreprises de croissance qui s'y sont classées par un jury composé de personnalités qualifiées, analysant leurs performances globales selon :

- L'extension de la politique RSE : domaines couverts / volume des actions
- La pertinence de la politique RSE : intégration au business model / prolongements cœur de métier
- La maturité de la politique RSE : prise de conscience, mobilisation, formalisation, objectifs / mesures d'impact (ordre croissant)
- Les impacts de la politique RSE : internes / externes, faibles / significatifs
- L'implication des salariés : communication, association, co-construction (ordre croissant)

Les entreprises BARJANE, CCL, INSEEC, Gazignaire et Urbasolar ont concouru au Trophée Performance RSE en 2017

WOMEN EQUITY NATIONAL 2017 TROPHÉE PERFORMANCE RSE

Composition du Jury RSE 2017

Martine Claret
Horus Pharma - Présidente
Lauréate 2016

Martine Larnaz
Groupe Isore - Présidente
Lauréate 2015

Sophie Pécriaux
City One - PDG
Lauréate 2014

Laurence Capossele
CETUP - DG
Lauréate 2013

Laurence Méhaignerie
Citizen Capital - Fondatrice
Impact Investing

Emmanuel De la Ville
Ethnifrance - Président
Agence dédiée

Denis Jacquet
Parrainer la Croissance - Président
Association d'entrepreneurs

Frédérique Jeske
Réseau Entreprendre - DG
Association d'entrepreneurs

Anne Duruply
ARTE France - DG
Entreprise engagée

Catherine Léger-Jarniou
Dauphine - Professeur émérite
Conseil Scientifique de WE

Renaud Redien-Collot
Institut Friedland - Senior Analyst
Conseil Scientifique de WE

Danièle Licata
Journaliste Éco

Sofia Merlo
Co CEO Wealth Management
Représentant de BNP Paribas

Nicolas Baudouin
Associé, Directeur Paris Centre
Représentant de KPMG

Béatrice Belorgey
Directeur BNP Banque Privée
Représentant de BNP Paribas

Dunya Bouhacene
Présidente de WEP
Représentant de Women Equity

Grégoire Revenu
Co-fondateur du Programme WEP
Représentant de Women Equity

Serge Papin
PDG de Système U
Président du Jury

WOMEN EQUITY NATIONAL 2017

50
entreprises lauréates

64%
à l'international

12 000
emplois

1 500 M€
CA cumulés 2016

16%
EBE moyen

33%
Croissance CA 2016

30%
CAGR CA 2013/2016

110%
CAGR EBE 2013/2016

Eclairages à partir de l'Index Women Equity 2017

L'Index Women Equity 2017 a documenté 32 140 entreprises (4 M€ < CA < 100 M€) sur la période 2013-2016

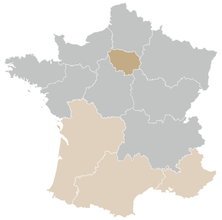
Parmi elles, les performances financières de 4 765 entreprises dirigées ou co-dirigées par des femmes ont été analysées afin d'établir le Palmarès national 2017

Une répartition homogène au pourcent près est constatée sur 14 grands secteurs INSEE sur 18 : l'écart constaté sur les 4 secteurs restant est inférieur à 3%

Commerce
35,6% vs 32,8%
Santé
4,9% vs 2,6%

BTP
11% vs 6,7%
Industrie
18,7% vs 14,9%

Une sur-représentation en proportion est constatée en Ile-de-France, plus légère en Nouvelle Aquitaine, Occitanie et PACA

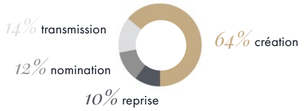


Ile-de-France
28,7% vs 31,1%

Auvergne-Rhône-Alpes
14% vs 12,4%

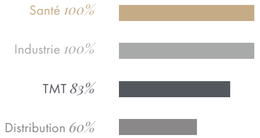
Focus sur le Palmarès National 2017

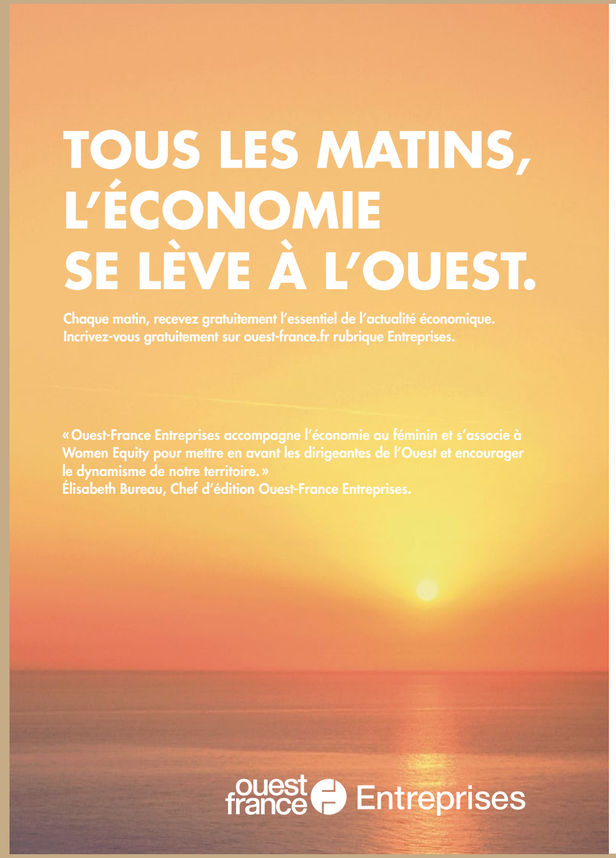
3 entreprises sur 4 ont été créées ou reprises



4 secteurs trustent principalement le Palmarès

Au sein desquels 64% se développent à l'international





Palmarès

WOMEN EQUITY 2017

verona groupe

CÉLINE WISSELINK &
MARIE-ANNE TEISSIER

Chiffre d'affaires 2016
29,6 M€
Ile-de-France

WOMEN EQUITY NATIONAL 2017 TROPHÉE PERFORMANCE ECO

Trophée
TMT
Immobilier
Industrie
IAA
Service
Distribution
Santé

DAVRICOURT

AUDREY HENRIOT &
CHARLES-HENRI MARGNAT

Chiffre d'affaires 2016
16,9 M€
Ile-de-France

BlueReg

CORINNE SCHMITZ

Chiffre d'affaires 2016
6,2 M€
Provence-Alpes-Côte d'Azur

BRAIN CUBE

HÉLÈNE OLPHE-GALLIARD, LAURENT
LAPORTE & SYLVAIN RUBAT DU MERAC

Chiffre d'affaires 2016
6,5 M€
Auverge Rhônes-Alpes

WHISKIES DU MONDE

FLORENCE OLIET-PONTOIZEAU

Chiffre d'affaires 2016
14 M€
Nouvelle-Aquitaine

sauermann

DANIÈLE MARCHADIER

Chiffre d'affaires 2016
62 M€
Ile-de-France

boa CONCEPT

CHANTAL LEDOUX &
JEAN-LUCIEN RASCLE

Chiffre d'affaires 2016
6,7 M€
Auvergne-Rhône-Alpes

GILLES & BOISSIER

DOROTHÉE BOISSIER &
PATRICK GILLES

Chiffre d'affaires 2016
5 M€
Ile-de-France

WELL JOB

LAURENCE & STÉPHANE DEROEUX

Chiffre d'affaires 2016
41,2 M€
Provence-Alpes-Côte d'Azur

alpa groupe

EVA BIANCU-LEGENDRE

Chiffre d'affaires 2016
48,5 M€
Auvergne-Rhône-Alpes

Gazignaire

CÉCILE MUL

Chiffre d'affaires 2016
9,5 M€
Provence-Alpes-Côte d'Azur

good GOUT C'est bon, on garantit !

JULIA PERROUX & MIKAËL AUBERTIN

Chiffre d'affaires 2016
9,3 M€
Ile-de-France

JEANNE BUCHER JAEGER

VÉRONIQUE JAEGER

Chiffre d'affaires 2016
4,5 M€
Ile-de-France

CIPRÉS Assurances

SYLVIE LANGLOIS

Chiffre d'affaires 2016
65,7 M€
Ile-de-France

Sol'inn Tours

SOFIA BOULLANT

Chiffre d'affaires 2016
5,4 M€
Ile-de-France

DOMAINES PIERRE CHAVIN

MATHILDE BOULACHIN

Chiffre d'affaires 2016
10,8 M€
Occitanie

Xlog

CATHERINE DEVERDUN

Chiffre d'affaires 2016
5,9 M€
Ile-de-France

CHATEAU ROUBINE

VALÉRIE ROUSSELLE

Chiffre d'affaires 2016
6,8 M€
Provence-Alpes-Côte d'Azur

VCLS Vision Consulting Life Sciences

EMMANUELLE VOISIN

Chiffre d'affaires 2016
19,2 M€
Ile-de-France

VALEUR ET CAPITAL

DORA D'AMBROSIO

Chiffre d'affaires 2016
67,7 M€
Auvergne-Rhône-Alpes

Bio&Co le Marché

MARTINE ACHY

Chiffre d'affaires 2016
18,4 M€
Provence-Alpes-Côte d'Azur

partenor group consulting, digital & innovation

GHISLAINE PALLOIX
& LUDIVINE MAIRESSE

Chiffre d'affaires 2016
62 M€
Ile-de-France

INSEEC U.

CATHERINE LESPINE

Chiffre d'affaires 2016
207 M€
Ile-de-France

urbasolar

STÉPHANIE ANDRIEU
& ARNAUD MINE

Chiffre d'affaires 2016
74,1 M€
Occitanie

GROUPE PIMENT

SYLVIE CLÉMENT

Chiffre d'affaires 2016
42 M€
Ile-de-France

BARJANE

JULIE BARLATIER PRIEURET
& LÉO BARLATIER

Chiffre d'affaires 2016

23,9 M€

Provence-Alpes-Côtes d'Azur

WOMEN EQUITY NATIONAL 2017 TROPHÉE PERFORMANCE RSE

Trophée | TMT | Immobilier

Industrie | IAA | Service

Distribution | Santé

GCL

MARIE-PIERRE BLANCHARD
& PHILIPPE PAILLISSON

Chiffre d'affaires 2016

10,1 M€

Hauts-de-France

Bébé au naturel

JULIE & CHRISTOPHE WALLYN

Chiffre d'affaires 2016

13,4 M€

Bretagne

Job Concept — Interim CDI — Transport - Logistique

CLOTILDE MIRALLES

Chiffre d'affaires 2016

14,6 M€

Auvergne-Rhône-Alpes

winpharma.com — Cliquez ici

BÉNÉDICTE DEKEISTER
& ALEXANDRE KARPOV

Chiffre d'affaires 2016

13,1 M€

Bretagne

EUROMAIRE

CORINNE & PATRICK BOREL

Chiffre d'affaires 2016

17,4 M€

Provence-Alpes-Côte d'Azur

steam'o — Vous faciliter le service

CORINNE COLSON-LAFON

Chiffre d'affaires 2016

23,1 M€

Ile-de-France

Sainte Lucie — Cosmétiques

ALEXANDRA LATTAIGNANT
& JÉRÉMY BOURGET

Chiffre d'affaires 2016

23,3 M€

Hauts-de-France

Temporis

LAURENCE POTTIER-CAUDRON

Chiffre d'affaires 2016

7,7 M€

Occitanie

retail — GLOBAL SOLUTIONS

ISABELLE CHAILLIOUX

Chiffre d'affaires 2016

51,6 M€

Auvergne-Rhône-Alpes

Horus PHARMA

MARTINE & CLAUDE CLARET

Chiffre d'affaires 2016

39,2 M€

Provence-Alpes-Côte d'Azur

ATERMES

MARIE-JOSÉE GABOURG
& CHARLES CASANOVA

Chiffre d'affaires 2016

28 M€

Ile-de-France

Embryolisse. LABORATOIRES

NAZOURA & ALAIN CASSAM-CHENAI

Chiffre d'affaires 2016

9 M€

Ile-de-France

AC MEDIA

CÉCILE POURNIN & AHMED AGNE

Chiffre d'affaires 2016

6,6 M€

Ile-de-France

Ailancy

MARIE-THÉRÈSE AYCARD

Chiffre d'affaires 2016

15,3 M€

Ile-de-France

Bleu Libellule

CAROLINE & JEAN-PHILIPPE WINCKER

Chiffre d'affaires 2016

67,9 M€

Occitanie

LEROY

MARCELLE BIZE-LEROY

Chiffre d'affaires 2016

15,6 M€

Bourgogne-Franche-Comté

TAKOMA

HÉLÈNE RESSEGUIER

Chiffre d'affaires 2016

13,1 M€

Ile-de-France

A+ énergies

MÉLISSA KAESTLER & DAMIEN TEISSIER

Chiffre d'affaires 2016

5 M€

Occitanie

KEDY pack

MÉLANIE HU

Chiffre d'affaires 2016

19,7 M€

Ile-de-France

CITY ONE

SOPHIE PÉCRIAUX

Chiffre d'affaires 2016

181 M€

Ile-de-France

ACRI ST

ODILE HEMBISE FANTON D'ANDON

Chiffre d'affaires 2016

10,4 M€

Provence-Alpes-Côtes d'Azur

ECOPHYSE environnement • recyclage

MAGALI FRONTERO

Chiffre d'affaires 2016

13,2 M€

Centre-Val de Loire

VELUM ÉCLAIRAGE PROFESSIONNEL

ANNE VETTER-TIFRIT

Chiffre d'affaires 2016

20,5 M€

Alsace

Estipharm

NATHALIE PERIN

Chiffre d'affaires 2016

7,2 M€

Occitanie

Missions de transport sur-mesure en France et à l'international

cetup
Missionnés pour vous.

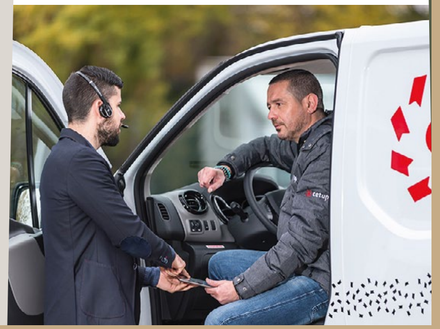
Expert en Solutions de Transport sur-mesure, CETUP prend en charge et livre en permanence les produits à forte valeur ajoutée de ses clients sur tous les territoires.

Du lieu de prise en charge au lieu de livraison, CETUP s'engage à mettre tous les moyens à disposition pour répondre à chacune des demandes de ses clients, dans des délais critiques et en toute sécurité.

CONTACTEZ notre centre opérationnel Europe 24h/24 7j/7

0 820 900 401

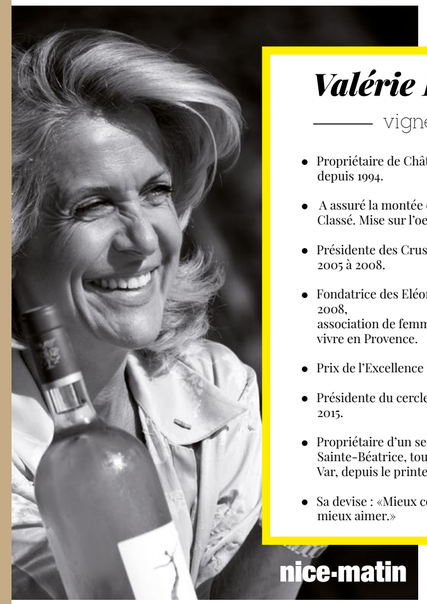
operations@cetup.com



« Parce qu'ils ont du talent »

L'ÉCONOMIE DANS NICE-MATIN, C'EST LE COUP DE PROJECTEUR SUR CEUX QUI ENTREPRENNENT.

De l'actualité, des débats, des portraits, du 100 % azuréen. Tous les lundis en version papier, tous les jours sur le web.



Valérie Rousselle

vigneronne

- Propriétaire de Château Roubine, dans le Var, depuis 1994.
- A assuré la montée en gamme de ce Cru Classé. Mise sur l'oenotourisme depuis 2009.
- Présidente des Crus Classés de Provence de 2005 à 2008.
- Fondatrice des Eléonores de Provence en 2008, association de femmes qui défend l'art de vivre en Provence.
- Prix de l'Excellence française en 2014.
- Présidente du cercle Femmes de vin depuis 2015.
- Propriétaire d'un second domaine, le Château Sainte-Béatrice, toujours à Lorgues dans le Var, depuis le printemps 2016.
- Sa devise : «Mieux comprendre permet de mieux aimer.»

nice-matin

Portraits

D'ENTREPRISES

Takoma

Digital Learning

Takoma est une agence spécialisée en communication digitale fondée par Hélène Rességuier en 2000. Au travers de trois principales activités que sont la formation (digitale ou présentielle), la gestion de l'information - en particulier technique, ainsi qu'une activité de communication, l'entreprise bénéficie d'une position de leader du digital learning à destination des grands groupes. Société à fort contenu technologique, Takoma développe une offre unique de solutions de formation basées sur des technologies de réalité virtuelle ou de réalité augmentée. L'entreprise combine une expertise technique de pointe dans le domaine, un savoir-faire créatif dans le développement d'applications d'e-apprentissage, et une connaissance forte des métiers de ses clients. Ses applications seront rapidement adoptées dans les plans de formation de nombre de grands groupes. Takoma a réalisé en 2016 un chiffre d'affaires de 13 millions d'euros, en croissance de plus de 20%.

SIÈGE SOCIAL	MARCHÉ	EFFECTIF	CA 2016	CA 2016/2015
Ile-de-France	International	150	13,1 M€	21%

www.takoma.fr

HÉLÈNE RESSÉGUIER
PRÉSIDENTE
CRÉATION EN 2000

Ingénieure aéronautique diplômée de l'ESTACA, Hélène Rességuier débute sa carrière au sein d'une entreprise de documentation technique avant de participer avec trois autres associés au lancement d'une société spécialisée dans le domaine de la traduction technique qui passera en huit ans de 4 à 150 collaborateurs, et dont elle aura en charge la direction commerciale. Elle fonde ensuite Takoma en 2000, avec pour objectif de constituer un acteur leader du « Digital Learning ».

Takoma a débuté son activité en 2000 en développant des supports de documentation et de communication technique couvrant un large spectre de domaines, grâce à une équipe pluridisciplinaire combinant expertise technique, connaissance métier et savoir-faire de documentation. Cette activité historique est en outre complétée par le lancement en 2017 d'une activité de traduction technique.

Dès les premières années d'activité, la e-formation est devenue le principal moteur du développement de Takoma, et n'a cessé d'évoluer pour répondre aux besoins des clients, recouvrant aujourd'hui de très nombreuses problématiques, dans des domaines d'activités très divers : l'entreprise a bâti une expertise forte sur la plupart des LCMS (Learning Content Management Sytems) du marché, couvrant par ailleurs une typologie large de projets, du rapid learning au serious game. La faible pertinence des outils de digital learning disponibles sur le marché, amène Takoma à développer avec le support de quatre grands groupes – Danone, Engie, L'Oréal et Saint-Gobain – un outil de référence générique personnalisable destiné à la formation digitale.

Au cours des trois dernières années, le développement de la réalité augmentée puis de la réalité virtuelle poussent Takoma à proposer à ses clients d'intégrer ces technologies dans les applications de formation, qu'elle est seule aujourd'hui à développer sur le marché. Nissan, Toyota, Schneider ou Serge Lutens utilisent ainsi ces technologies pour leurs formations techniques, commerciales, ou encore pour la préparation des forces de ventes : outre la mise en situation, la localisation rendue plus aisée permet de compléter à moindre coût les formations présentielles de lancement de produits internationaux.

L'intérêt croissant des clients pour ces applications a incité Takoma à créer un département dédié qui comporte aujourd'hui une dizaine de personnes et dont les perspectives de développement sont significatives. En 2017, la société connaît une dynamique favorable incluant la signature de plusieurs nouveaux comptes tels que BMW ou Carrefour Market pour qui Takoma construit des supports de communication et de formation visant à faciliter le parcours d'apprentissage des futurs directeurs de magasins.

Bénéficiant d'une forte fidélité de sa clientèle, l'entreprise parvient à se positionner de façon croissante sur de gros appels d'offre pluriannuels, tout en demeurant attentive à maintenir une base de clientèle diversifiée. Aujourd'hui, le recrutement constitue le principal frein à l'accélération d'une croissance qu'Hélène Resseguier n'envisage toujours qu'organique et autofinancée.

Braincube

Édition de logiciel

Braincube est un éditeur de logiciel créé en 2007, pionnier du Manufacturing Intelligence. La société 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. Braincube développe une plate-forme accessible en mode cloud qui compile des données complexes générées par les machines, systèmes d'informations et capteurs d'une production industrielle, et les rend intelligibles pour permettre une optimisation en temps réel de la production. L'entreprise propose une approche révolutionnaire qui combine la transformation des données brutes disponibles en bases cohérentes, l'utilisation d'un moteur d'analyse propriétaire basée sur une approche probabiliste qui surpasse de loin les statistiques, et le traitement des données en cloud computing pour bénéficier d'une puissance significative de calcul. Avec près de 70 collaborateurs sur trois continents, un chiffre d'affaires en croissance de 30% en moyenne depuis sa création, l'entreprise qui a toujours autofinancé sa croissance, compte aujourd'hui parmi ses clients près de 150 sites de production dans le monde, dont ceux de plus de la moitié des industriels du CAC 40.

SIÈGE SOCIAL	PART À L'EXPORT	EFFECTIF	CA 2016	CA 2016 / 2015
Auvergne-Rhône-Alpes	42%	70	6,5 M€	61%

www.braincube.com

HÉLÈNE OLPHE-GALLIARD
CO-FONDATRICE
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 lance en 2007 avec Laurent Laporte et Sylvain Rubat du Merac, 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 inexploitée susceptible d'optimiser la performance des usines.

La société se lance sur le marché en 2008 avec le papetier Arjo Wiggins qui lui fait confiance pour déployer sur deux de ses usines un premier moteur d'analyses de données. Dès sa première année d'activité, la société réalise un million d'euros de chiffre d'affaires, accompagne ses clients sur des déploiements en Australie, aux US ou au Brésil, où elle ouvre deux filiales. Elle investit massivement dans sa plateforme, complétant les technologies de collecte et de traitement de données par de la modélisation temps réel dans le cloud, dépose des brevets dans le domaine des technologies de diagnostic de processus industriel, et renforce ses activités au travers de partenariats technologiques (OSIsoft…) ainsi qu'avec de grands cabinets de conseil comme CapGemini ou BCG. Dans le même temps l'entreprise multiplie les succès commerciaux, tout d'abord dans le secteur papetier où elle bénéficie d'un important effet d'entrainement, puis ceux du verre, du métal ou de la chimie, et plus récemment les industries manufacturières automobiles ou aéronautiques. Elle compte aujourd'hui parmi ses clients des références aussi prestigieuses qu'ArcelorMittal, Safran, Thales, Airbus, Corning, Dow, Faurecia, Saint-Gobain ou encore Nestlé.

Précurseur, la société bénéficie depuis deux ans d'une dynamique de marché très porteuse alors que la concurrence n'est encore qu'émergente. Elle est seule aujourd'hui à disposer d'une plateforme couvrant de bout en bout l'ensemble du spectre des besoins, de la collecte de données aux interfaces temps réel pour aide opérationnelle à la conduite des machines, en passant par l'infrastructure bigdtata, les technologies de transformation de données, et les applications de manufacturing intelligence. Avec une solution délivrée en mode abonnement sur le cloud, l'entreprise bénéficie en outre d'un modèle économique lui assurant une forte visibilité sur ses revenus futurs et sa croissance et lui permettant une très grande agilité dans le déploiement de ses solutions. Tout en souhaitant conserver l'esprit start-up qui les anime et les racines régionales de l'entreprise, l'ambition des fondateurs est claire : devenir le leader mondial de cette composante essentielle de la nouvelle révolution industrielle.

AC Media

Édition de livres spécialisés

Cécile Pournin et Ahmed Agne se sont appuyés sur leur connaissance fine du manga japonais pour lancer en 2004, le label Ki-oon, spécialisé sur le manga seinen, qui s'adresse aux adolescents et jeunes adultes. Les lancements de Lumen en 2014, éditeur de romans de littérature jeunesse sur les segments aventure et fantastique, puis de Mana Books en 2017, label de culture geek spécialisé notamment dans l'univers du jeux vidéo, viennent élargir l'offre d'AC Media. Les deux jeunes fondateurs ont très vite compris l'importance d'internet dans l'accès à leur clientèle, et mis en place une démarche marketing adaptée, s'appuyant notamment sur les blogs et les sites internet manga, jeunesse et jeu vidéo : en hausse de 22%, leur chiffre d'affaires s'est élevé à près de 6,6 millions d'euros en 2016. AC Media est le 45e groupe d'édition français en 2016. Avec plus de 110 titres publiés chaque année par son label Ki-oon, il est le 4e éditeur de manga français, et avec une vingtaine par le label Lumen, le 17e éditeur jeunesse grand format français (chiffres GfK).

SIÈGE SOCIAL	MARCHÉ	EFFECTIF	CA 2016	CA 2016 / 2015
Île-de-France	**International**	**14**	**6,6 M€**	**22%**

www.ki-oon.com

CÉCILE POURNIN
CO-GÉRANTE ET DIRECTRICE ÉDITORIALE
CRÉATION EN 2003

©Photo de Cécile Pournin

A l'issue d'une maîtrise en langue japonaise et d'un DESS de traduction littéraire anglaise, Cécile Pournin séjourne au Japon puis débute sa carrière comme enseignante aux Etats-Unis. A son retour en France, elle accumule 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.

Dès sa naissance, l'entreprise construit sa stratégie sur l'innovation, notamment par la révélation de jeunes talents. Arpentant les conventions spécialisées et surfant sur les blogs dédiés, les deux fondateurs ont ainsi découvert et publié Tetsuya Tsutsui (Duds Hunt), leur premier succès, attirant l'attention des éditeurs japonais comme Square Enix qui leur ouvre son catalogue d'œuvres non-publiées. Les éditions Ki-oon accompagnent leurs auteurs dans la création de grandes séries à succès, fidélisant ainsi un jeune lectorat adepte des sagas en plusieurs volumes, les éditant et les représentant dans près de vingt pays pour certains. Cette stratégie a permis à la société de croître confortablement, à contre courant du marché du manga. En contraction de 4-5% ces dernières années, il est toutefois reparti à la hausse depuis 2015, offrant de nouvelles perspectives de développement. La maison d'édition se différencie également par des formats originaux : création d'ouvrages en couleur et collections en grand format viennent diversifier l'offre proposée aux lecteurs français de mangas, qui composent à eux seuls le deuxième marché mondial du secteur.

Lancé en 2014 pour fêter les dix ans de la maison, le label Lumen dédié aux romans de jeunesse, initialement sur les segments imaginaire, aventure et thriller, se démarque très vite dans un marché concurrentiel encore immature. Il accueille des textes réalistes depuis 2015. Depuis sa création, il enregistre une forte croissance grâce notamment à l'intégration au catalogue de *Gardiens des Cités perdues*, saga bestseller de l'auteure américaine Shannon Messenger (10ème série jeunesse la plus vendue en France en 2017), dont le tome 7 est paru en novembre. Parmi ses actualités, la trilogie *Shades of Magic* de Victoria Schwab promet également de beaux succès.

La société poursuit son développement avec le lancement d'un label de culture geek, Mana books, dédié à l'univers vidéoludique : beaux livres, bandes dessinées, guides ou essais s'appuyant sur des licences fortes du domaine. Le premier tome d'une encyclopédie officielle dédiée à l'univers de Final Fantasy a été publié début octobre, contribuant vraisemblablement à inscrire le label dans le paysage éditorial. En parallèle de ces développements, la société, qui a créé il y a trois ans un bureau de représentation au Japon pour dénicher et publier de nouveaux auteurs de mangas, devrait aussi récolter les fruits de ses investissements avec la parution attendue en 2018 de cinq nouvelles séries originales.

ACRI-ST

R&D et ingénierie du spatial

Créé en 1989 à Sophia Antipolis, le groupe ACRI est spécialisé dans la recherche et le développement de modèles mathématiques et physiques dédiés à l'observation, la surveillance, l'analyse et la prévision des phénomènes géophysiques à partir de données d'observation de la terre par satellite. Le spectre d'activité du groupe couvre la télédétection, la surveillance des océans et de la terre, et certaines applications de génie civil et côtier. Sa croissance s'accélère encore en 2017 avec un chiffre d'affaires prévisionnel de 15 millions d'euros.

Avec une équipe de près de 80 scientifiques à date, dont une majorité de docteurs, ACRI-ST, filiale du groupe ACRI, développe une expertise inégalée dans le domaine de l'observation de la terre, afin de disposer d'une meilleure approche des problématiques environnementales. Le groupe ACRI analyse la masse des données produites par les satellites dédiés et développe des outils de traitement et d'interprétation entrant dans les processus de décision de maîtres d'ouvrage (ESA, UE, EUMETSAT, CNES, UEO, la Marine Nationale, etc.) ; elle compte également parmi ses clients des industriels comme Thales AleniaSpace pour la spécification des missions spatiales et le traitement des données satellite.

SIÈGE SOCIAL	PART À L'EXPORT	EFFECTIF	CA 2016	CA 2016/2015
PACA	**17%**	**75**	**10,4 M€**	**24%**

www.acri-st.fr

ODILE HEMBISE FANTON D'ANDON
PDG
CRÉATION EN 1999

Co-fondatrice et Directrice Générale du groupe ACRI, Odile Fanton d'Andon (Mathématiques et mécanique appliquée – UNSA, Ecole des Mines de Paris, Doctorat UPMC - Paris VI) crée en 1987 une première société en cours de thèse avec les associés qui seront quelques années plus tard à l'origine du groupe ACRI.

Depuis sa fondation, le développement du groupe ACRI au travers de sa filiale ACRI-ST est intimement lié aux programmes d'information environnementale de l'Agence Spatiale Européenne, débutant dès 1992 par la préparation des missions du satellite ENVISAT au travers de MERIS, l'un des principaux instruments de mesure (imagerie) qu'il embarquait. Dès 1992 la société travaille sur les simulateurs et le prototypage de MERIS, lancé en 2002. Le programme Copernicus, dont l'objectif est de fournir aux pays européens des données leur permettant d'assurer le contrôle et la surveillance de l'environnement, prend le relais d'ENVISAT au travers des projets Sentinel, comme Sentinel 2 (observation optique haute résolution, lancé en juin 2015), et Sentinel 3 (lancé en 2016, et mesurant en particulier des grandeurs caractérisant les processus dynamiques affectant les océans – mesure des vagues et des vents, température des océans, processus de photosynthèse) pour lesquels le groupe ACRI assure le développement d'algorithmes de traitement de données visant à majorer leur exploitation.

L'expertise et la réputation acquises par l'entreprise grâce notamment à une politique de recrutement très pointue, lui ont permis de remporter plusieurs appels d'offres européens touchant à des domaines critiques des programmes satellitaires, historiquement plutôt destinés à des grandes entreprises comme Thales ou Atos. L'obtention de contrats de cinq ans renouvelables, qui comportent un large spectre de responsabilités a facilité l'extension de sa couverture de services à l'archivage et l'exploitation des données, l'amenant à obtenir une certification ISO sur ses activités normalisables. Avec près de cinq années de carnet de commandes en cours, la société dispose d'une forte visibilité sur son développement.

L'expansion progressive du spectre de compétences de l'entreprise, en particulier dans le domaine informatique, et la prise de conscience croissante par les géants américains de l'importance des données de géo-intelligence, l'amènent à croiser une nouvelle compétition composée d'acteurs tels que Google et Amazon Services. Le groupe ACRI y répond par une vision collaborative et distribuée de la compétence et des données dont elle compte devenir le chef d'orchestre, comme l'illustre son programme Booster : héberger de jeunes startups et mettant à leur disposition les données satellites pour faciliter le développement d'un écosystème d'applications spécialisées.

Everys

Édition de logiciels

Créée en 1994, Everys conçoit et édite des logiciels de gestion pour la pharmacie. La société a développé une solution, Winpharma, dont l'objectif est de faciliter le quotidien du pharmacien et d'améliorer la rentabilité de son officine en mettant à sa disposition des outils de gestion performants et innovants. Indépendant depuis son origine, Winpharma compte aujourd'hui une dizaine de distributeurs et 280 collaborateurs dans le monde (notamment dans les DOM-TOM et en Afrique francophone), dont une soixantaine en France sur la presqu'île d'Arzon. Avec 4 600 clients pharmaciens, Everys se positionne parmi les leaders du secteur et l'un des plus dynamiques. Avec un chiffre d'affaires de plus de 13 millions d'euros en 2016, en hausse de plus de 25 % sur un an, l'entreprise est toujours en phase de recrutement avec pour objectif d'équiper 400 pharmacies par an.

SIÈGE SOCIAL	MARCHÉ	EFFECTIF	CA 2016	CA 2016 / 2015
Bretagne	**International**	**280**	**13,1 M€**	**25%**

www.winpharma.com

BÉNÉDICTE DEKEISTER

CO-FONDATRICE ET CO-GÉRANTE
CRÉATION EN 1994

Diplômée de Neoma et d'un BA de l'université de Londres, Bénédicte Dekeister et son mari Alexandre Karpov fondent Everys, un éditeur de logiciels de gestion pour les pharmaciens sous la marque Winpharma en 1994.

La stratégie de Winpharma repose sur le développement de solutions applicatives à destination des pharmaciens répondant à des besoins (i) de simplicité, afin d'améliorer l'efficacité de l'acte de vente des pharmaciens, (ii) de performance, au travers de solutions telles que l'orientation automatique des commandes vers le fournisseur le plus performant, l'ajustement des prix de vente en fonction des rotations, l'amélioration de l'efficacité de la gestion du tiers-payant, (iii) de partage, les solutions étant conçues en prise directe avec les besoins du pharmacien, et (iv) de liberté, les solutions permettant le libre choix des partenaires, laboratoires, groupements répartiteurs, short liners.

L'entreprise repose sur une importante équipe de développement logiciel basée dans trois centres de R&D implantés en France, en Russie et dans la Silicon Valley. Elle est à l'origine de nombreuses innovations qui ont contribué à moderniser son secteur client. Pionnier de Windows dans le monde de l'officine à son lancement, Winpharma s'est enrichi de nombreux outils : systèmes de scan d'ordonnances, d'optimisation de prix en fonction des taux de rotation, connexion à l'officine via un Smartphone, réseau social d'achats groupés… En 2016, Winpharma s'est associé à un spécialiste franco-taiwanais des objets connectés industriels, pour proposer aux pharmacies une nouvelle génération d'étiquettes électroniques. Winpharma couvre en outre l'ensemble des besoins des pharmaciens en ce qui concerne les évolutions réglementaires touchant leur métier ou le système de remboursement.

Afin de mettre en cohérence son organisation avec sa culture d'entreprise, déjà fortement empreinte de bienveillance et de transparence, les fondateurs ont fait le choix d'Holacracy en 2016, un mode de gestion des organisations agile, résilient, transparent, basé sur une intelligence collective et un leadership distribué. La démarche Winpharma est guidée par des objectifs simples : rompre avec l'organisation « pyramidale » qui se révèle inadaptée pour l'entreprise, inefficace et génératrice de frustration chez les collaborateurs, donner du sens à la mission de l'entreprise comme à celle des collaborateurs, clarifier l'organisation et les processus pour faciliter les prises de décisions et améliorer les performances, enfin offrir davantage de perspectives aux équipes en leur proposant plus d'autonomie et de responsabilité.

X-Log

Édition de logiciels

X-log conçoit, développe et maintient PICRIS, un logiciel destiné principalement aux organismes de protection sociale, tels que les caisses de retraite complémentaire et supplémentaire, les institutions de prévoyance et les mutuelles, les compagnies d'assurance, les organismes de gestion de l'épargne salariale, les organismes sociaux ou encore les comités d'entreprises. La société fournit par ailleurs des services connexes d'assistance et de formation, nécessaires à l'implantation de ces progiciels et à leur bon fonctionnement. L'entreprise compte parmi ses clients des acteurs tels qu'Humanis, de nombreuses caisses de professions libérales ou encore la CDC.

Elle opère dans un environnement concurrentiel comportant de grands éditeurs, tels que Cegedim ou CSC, et se distingue par une approche métier forte, une grande proximité avec ses clients; son offre logicielle générique mais très fortement paramétrable lui assure un avantage compétitif fort en termes de rapport coût / fonctionnalités. Avec 32 salariés dont la quasi-totalité dédiée au développement produit, la société affiche un chiffre d'affaires de près de 6M d'euros en 2016, en croissance annuelle de 35%.

SIÈGE SOCIAL	MARCHÉ	EFFECTIF	CA 2016	CA 2016 / 2015
Île-de-France	**National**	**32**	**5,9 M€**	**35%**

www.x-log.fr

CATHERINE DEVERDUN

DIRECTRICE GÉNÉRALE
TRANSMISSION EN 2007

Après des études d'ingénieur (INT-Telecom Sud Paris) et de gestion (Maitrise de Finance de Paris Dauphine), Catherine Deverdun rejoint, en 1991 comme ingénieur réseau, X-Log, un éditeur de logiciel créé par son père, dont elle devient directrice générale en 2007.

Développant des solutions de billetterie ou de paie pour le secteur du bâtiment, X-log naît véritablement en 1985 sous l'impulsion de Claude Deverdun, qui profite alors d'un projet informatique mené pour une institution de prévoyance CPCEA (AGRICA), pour développer PICRIS, une application logicielle générique de gestion d'une caisse de retraite. L'approche retenue est de disposer d'une application couvrant un très large spectre de besoins (stockage des informations de cotisations et gestion des droits, calculs des prestations, actuariat, messagerie, intégration au parcours adhérent du client…), qui soit modulaire, qui ne requiert pas de développement spécifique mais qui soit fortement paramétrable et facilement interfaçable avec les systèmes d'information existants.

PICRIS a connu des évolutions technologiques majeures, de l'univers Bull aux environnements Windows, s'est fortement enrichi fonctionnellement, en termes d'ouverture technologique (API, opendata..) mais en conservant ses principes fondateurs : une unicité de version -qui rend la maintenance aisée pour X-log-, et une simplicité de la mise à jour. X-Log peut ainsi traiter aussi bien des clients de grande taille et de grande complexité, que gérer de façon économiquement rationnelle des régimes spéciaux ne disposant que de quelques centaines d'ayant droits. C'est aussi ce qui explique le modèle de déploiement du logiciel, réalisé directement par la société, en partenariat avec les clients finaux avec lesquels d'importants liens de proximité se créent, qui trouvent chez X-log une connaissance technique et métier inégalée.

L'entreprise est par ailleurs soumise aux évolutions réglementaires et structurelles permanentes de son marché, liées aux politiques de protection sociale : entre 1998 et 2013, elle aura ainsi dû faire face à la disparition progressive de la totalité de sa clientèle historique à la suite de la fusion des régimes AGIRC ET ARCCO, se repositionnant avec succès grâce à la flexibilité de sa technologie sur les domaines de l'épargne retraite, la prévoyance, les caisses de professions libérales, ou encore plus récemment le courtage.

Pour Catherine Deverdun au-delà de la différentiation technologique, la construction de relations de proximité sur le long terme, tant avec les clients qu'avec les collaborateurs, constitue un élément majeur du succès de l'entreprise. La fidélité des uns et l'absence de turn over des autres la positionne à l'évidence favorablement pour l'avenir.

Sainte Lucie

Assemblage, conditionnement et commercialisation d'aides aux desserts, vanille, épices, herbes et condiments

Fondée en 1885 et reprise par la famille Bourget en 2008, Sainte Lucie est l'un des acteurs historiques de la transformation de vanille et de la vente d'épices. L'entreprise développe, assemble, conditionne et distribue ses produits à partir de ses sites de production, basés dans l'Oise. Sous l'impulsion des jeunes dirigeants, la marque a élargi sa gamme de produits, structuré et étoffé son offre de merchandising pour devenir le deuxième acteur du secteur. Avec plus de 200 épices et autant de préparations au dessert proposées dans la plupart des enseignes de la distribution française, l'entreprise détient près de 5% du marché national des épices, et 7% du marché de l'aide au dessert. Sainte Lucie entend désormais poursuivre sa croissance à l'international, sans pour autant perdre son esprit start-up, concrétisé par une agilité des processus et une forte réactivité. Sainte Lucie emploie 68 salariés et réalise en 2016 un chiffre d'affaire de 23,3 millions d'euros, en croissance de plus de 20% par an.

SIÈGE SOCIAL	MARCHÉ	EFFECTIF	CA 2016	CA 2016 / 2015
Hauts-de-France	**International**	**68**	**23,3 M€**	**21%**

www.saintelucie1885.fr

ALEXANDRA LATTAIGNANT
DIRECTRICE GÉNÉRALE
REPRISE EN 2008

Diplômée de l'ESC Marseille en 2002, Alexandra Lattaignant a démarré sa carrière dans la finance à Londres, d'abord au Crédit Agricole, puis chez Morgan Stanley. Elle rejoint l'entreprise familiale en 2008, dont elle assume la direction générale aujourd'hui, avec son frère, Jérémy Bourget.

C'est en 2008 que Joseph Bourget, déjà actionnaire minoritaire, et ses deux enfants, Alexandra et Jérémy, rachètent la société qui est alors la première entreprise à élaborer une gamme d'aides à la pâtisserie autour de ses fabrications à base de vanille : sucres, extraits et arômes de vanille. Trois chantiers seront à mener de front, afin de développer de façon pérenne l'activité : la mise aux normes, l'industrialisation et enfin la diversification de son offre comme de ses canaux de distribution. En une quinzaine d'années, la marque est passée à plus de 200 produits pour les épices, presque autant pour les desserts. Renouvellement des gammes, lancement de produits bio, développement de produits innovants grâce à un département de recherche et développement pro-actif, constitution d'une offre spécifique pour les marques distributrices ainsi qu'exportation et segmentation de la production et du conditionnement sur plusieurs sites, Sainte Lucie s'est structurée pour construire sa croissance.

Surfant sur l'engouement autour des programmes télévisés consacrés à la cuisine mais aussi de la mode du bien-être et du bien manger, la force de la marque repose sur la connaissance des produits, des fournisseurs et des producteurs pour garantir une qualité et une traçabilité optimale, l'innovation dans le conditionnement pour mieux protéger le produit et préserver toutes ses propriétés gustatives et organoleptiques, et l'écoute des clients, consommateurs et experts de la profession afin d'anticiper sur la diffusion de grandes tendances de consommation. Travaillant sur la reconnaissance de la marque, au moyen notamment de meubles dédiés accueillant leurs préparations, Sainte Lucie se diversifie encore en 2017, au travers de la relance d'une de ses marques, la Maison du Thé, avec une gamme large de thé premium, dont 50% bio, toujours à destination de la GMS. Bénéficiant de l'expertise aromatique de sélectionneur et d'assembleur que Sainte Lucie a développée au fil du temps, la marque ambitionne de se positionner dans le haut de gamme, à la fois par la nature des références proposées (thé blanc, thé bleu, maté détox, ...), et par l'attention portée au packaging, comportant, outre des illustrations de la graphiste Caroline Taconet, des informations sur les engagements responsables de la société.

Sainte Lucie est labellisée Ecocert et en cours de certification IFS (International Food Standard) prévue en 2018. Elle est également labellisée Entrepreneurs Plus Engagés (label E+ dédié aux PME et ETI), récompensant notamment l'attention portée par les deux dirigeants au bien-être de leurs équipes.

Groupe Sauermann

Fabricant de solutions de détection, de mesure et de contrôle de la qualité de l'air intérieur

Sauermann est un groupe industriel international implanté dans 21 pays et l'un des acteurs de référence de la qualité de l'air en milieu confiné. Il développe des technologies, des solutions et des services destinés à spécifier, mesurer et contrôler la qualité de l'air pour les secteurs industriels, les marchés hospitaliers et pharmaceutiques, les métiers de la gestion technique du bâtiment, et les métiers du chauffage et du conditionnement de l'air. Le groupe est inscrit depuis 2016 dans le programme « Usine du futur » de la région Nouvelle Aquitaine, menant une réflexion continue sur la transformation de ses outils de production industrielle. Il compte aujourd'hui près de 500 employés dans 21 sites sur trois continents, dont quatre sites de production, pour un chiffre d'affaires de 62 millions d'euros en 2016.

SIÈGE SOCIAL	PART À L'EXPORT	EFFECTIF	CA 2016	CA 2016/2015
Ile-de-France	**45%**	**486**	**62 M€**	**48%**

www.sauermann.fr

DANIÈLE MARCHADIER
DIRECTRICE GÉNÉRALE
NOMINATION EN 2011

Après avoir débuté sa carrière dans la vente de systèmes d'information de gestion, Danièle Marchadier rejoint le secteur des TIC (Test, Inspection et Certification), d'abord au sein de SGS en 1994 où elle devient responsable d'une division (SGS ICS) avant que d'assurer des fonctions transverses au niveau du groupe, puis au sein d'Eurofins dès 2002, à la direction générale de la filiale Biosciences. Forte de quinze années passées à des fonctions de management, elle rejoint en 2011 le groupe Sauermann pour diriger tout d'abord sa filiale Sauermann Industrie. En 2015, à la suite du rachat de Kimo, elle est nommée directrice générale EMEA du groupe Sauermann.

Créée en 1976, l'entreprise que rejoint Danièle Marchadier en 2011 a déjà évolué de simple négociant dans le domaine du chauffage et du froid à un groupe innovant et international, leader dans le développement de pompes à condensat pour les systèmes de climatisation, alors présent dans 15 pays et sur trois continents. Consciente des perspectives de croissance limitées que lui procure la niche technique sur laquelle elle détient déjà une position de leader, l'entreprise entrevoit dans la problématique croissante de la qualité de l'air en milieu confiné une opportunité de développement unique sur laquelle son expertise lui confère d'ores et déjà d'importants atouts.

La nouvelle ambition du groupe passe alors par la mise en place d'outils de gestion et de pilotage avancés, permettant à l'entreprise de contrôler l'accélération de son développement. Après le déploiement d'un ERP groupe dans le cloud en 2012, la société évalue les opportunités de croissance externe, et procède en 2015 au rachat de l'entreprise familiale française Kimo. Outre la complémentarité géographique qu'elle permet (Kimo est présent majoritairement en France, Sauermann à l'international), l'alliance des deux entreprises crée un puissant effet de levier commercial, et permet d'envisager le lancement d'une offre technologique et de services complète auprès d'une clientèle internationale.

Pour gagner des parts de marché, le groupe parie sur l'innovation (5% du CA investi en R&D, notamment dans le développement de solutions technologiques pour les instruments connectés), l'excellence technologique, la qualité et la proximité de service. Après deux acquisitions complémentaires en Espagne et en Italie en 2016, le groupe entend poursuivre son internationalisation via des ouvertures de filiales en propre (en Australie fin 2017) et par des opérations de croissance externe, en particulier sur le marché américain.

L'entreprise dont Danièle Marchadier assure la direction générale EMEA, sera passée en cinq ans d'une PME d'une vingtaine de millions de CA, leader des pompes à condensat, à une ETI de plus de soixante millions de CA, positionnée sur un marché mondial aux enjeux critiques de santé publique ; elle ambitionne d'ici à 2022 de jouer à armes égales avec son principal concurrent allemand, et de devenir l'un des trois premiers acteurs mondiaux incontournables du marché de la qualité de l'air. Elle est convaincue qu'au-delà de son expertise reconnue, les valeurs qui animent l'entreprise et ses équipes, que sont l'excellence, l'ouverture d'esprit, l'engagement et l'intégrité, constituent des piliers essentiels à son succès.

ATERMES

Conception, développement et fabrication de matériels électroniques, optiques et mécaniques

Atermes est une société qui conçoit, développe et produit des équipements de haute technologie, à destination des industriels de l'armement, de l'aéronautique, de l'espace et des télécommunications, du transport et du médical. Créée en 1989 par Charles Casanova, son Président, la société s'est développée par adjonction progressive de compétences visant à majorer la valeur ajoutée apportée à ses clients, pour rassembler aujourd'hui plus de 150 collaborateurs. Le capital d'Atermes est toujours détenu à 100 % par ses membres fondateurs et cadres dirigeants. La société intègre des compétences pointues dans les domaines électroniques, informatiques, mécaniques et optroniques. En vingt-cinq ans, elle a réussi la performance de se transformer d'un sous-traitant en câblage, déployant des prestations banalisées, à un concepteur et fabricant de systèmes et sous-systèmes avancés pour les industries de pointe. Son chiffre d'affaires s'est élevé à 28 millions d'euros en 2016.

SIÈGE SOCIAL	PART À L'EXPORT	EFFECTIF	CA 2016	CAGR CA 2013 – 2016
Ile-de-France	**65%**	**138**	**28 M€**	**15%**

www.atermes.fr

MARIE-JOSÉE GABOURG
DIRECTRICE GÉNÉRALE
NOMINATION EN 2006

Marie-Josée Gabourg, directrice générale d'Atermes, a rejoint l'entreprise comme chef comptable en 1994 alors que la société comportait 20 employés et en structure depuis le développement.

Dès les années 1990, Atermes commence à travailler en sous-traitance sur des missions d'études et de réalisation à forte valeur ajoutée avant de développer dans les années 2000 sa propre ligne de calculateurs durcis destinés aux environnements militaires extrêmes. En 2004, la société acquiert auprès de Thales un site de production sécurisé de plus de 5 000 m², et fait le choix de réinvestir année après année la totalité de ses profits lui permettant ainsi de développer une importante activité de recherche, la progressive internationalisation de ses ventes venant encore renforcer cette capacité.

L'expertise de pointe dont dispose l'entreprise dans de nombreux domaines et l'intense effort de R&D dans lequel elle s'est engagée la conduisent à développer un dispositif révolutionnaire de surveillance mobile, nommé Barier; attaché à la sécurisation mobile de frontières ou de sites stratégiques (aéroports, mines, plateformes offshore), il permet de limiter l'exposition et la vulnérabilité des forces terrains. Au cours de ces dernières années, le développement de Barier aura en effet représenté un effort très significatif pour Atermes, contribuant à un doublement de la R&D en 2015, à plus de 6 M€, et requis un important renforcement de compétences, l'équipe logiciel passant de quelques développeurs à plus d'une vingtaine de personnes.

Avec un prix de vente unitaire compris entre 12 et 20 M€, la société anticipe une importante croissance du chiffre d'affaires sur la base de quelques ventes annuelles. Outre ces perspectives, la mise en place d'une structure requise par sa transformation en systémier accroît la crédibilité de son positionnement comme partenaire de développement de produits / équipements / systèmes pour le compte de tiers, et support de vente de sous-systèmes dans le cadre de projets tiers.

CCL

Conception, fabrication et commercialisation de produits pour la production des plantes

Initialement fabricant de lubrifiants, CCL recherche, homologue, formule, fabrique et commercialise des produits de bio-contrôle et des adjuvants phytosanitaires essentiellement destinés à la protection des plantes en agriculture, jardins et espaces verts. En 2016, la société réalise un chiffre d'affaires de plus de 10 millions d'euros en croissance de près de 40%, portée en particulier par les évolutions réglementaires visant à la réduction de l'utilisation des produits phytosanitaires au sein des cultures agricoles. La société, aujourd'hui dédiée exclusivement à la protection des plantes, a développé une expertise unique qui lui assure une position de leader sur ce marché de niche en forte croissance. L'entreprise dispose d'une usine de formulation située près de Compiègne d'une capacité de plus de 5 millions de litres dont le doublement est prévu en 2017.

SIÈGE SOCIAL	PART À L'EXPORT	EFFECTIF	CA 2016	CA 2016 / 2015
Hauts-de-France	**17%**	**11**	**10,1 M€**	**39%**

www.cclsite.fr

MARIE-PIERRE BLANCHARD
DIRECTRICE GÉNÉRALE
REPRISE EN 1995

Marie-Pierre Blanchard, après une expérience de gestion d'équipements et de services départementaux au sein d'une fédération départementale d'associations loi 1901, reprend en 1995 le Comptoir Commercial des Lubrifiants avec Philippe Paillisson, alors qu'ils sont tous deux salariés de l'entreprise.

Créée en 1945 et positionnée sur la conception et la commercialisation de lubrifiants sous la marque déposée MOTORLUX, la société diversifie en 1970 son activité en ciblant l'agriculture au travers du développement d'adjuvants phytosanitaires. Lorsque Marie-Pierre Blanchard et Philippe Paillisson reprennent l'entreprise en 1995, celle-ci réalise 2 millions de CA sur le territoire national et débute une activité d'export sur le marché belge. Vingt ans plus tard, l'entreprise commercialise ses produits de bio-contrôle utilisables en agriculture biologique (plus de la moitié du CA) et ses adjuvants de pulvérisation, en Europe du Nord, en Afrique et en Amérique du Nord. CCL est en attente d'AMM sur le marché turc, et envisage d'entrer sur le marché chinois avec ses huiles blanches d'ici trois ans. Cette ouverture de zones géographiques couplée à l'homologation prochainement attendue d'un grand nombre de produits en Europe ouvre de belles perspectives à l'entreprise.

Sa croissance est le fruit d'une politique d'investissement intensive et d'une stratégie de partenariats industriels et scientifiques menée par les dirigeants, tant sur l'expertise produit que sur des questions de traçabilité et de qualité : dès 1998, l'entreprise obtient la certification ISO 9002 Systèmes Qualité, qu'elle complète en 2004 de certifications ISO 9001 et 14001 Systèmes de management environnemental. Au cours des années, elle développe plusieurs partenariats de recherche avec le CVG, EADS, les Universités d'Amiens et de Reims, obtient la labellisation de son projet de recherche VEGEPHY (utilisation des huiles blanches dans la protection des plantes) par le pôle de compétitivité Industries-Agro-Ressources et par le programme européen Eureka.

Le développement de la société repose sur une vision pionnière des dirigeants qui anticipent très tôt les évolutions du marché, notamment la forte dynamique du bio, et les attentes croissantes de la société en termes de réduction des impacts environnementaux des traitements phytosanitaires. Ils voient dans l'implémentation des réglementations (Grenelle de l'Environnement, Plan Ecophyto, directives européennes) des opportunités de croissance des produits de bio-contrôle et des adjuvants qui contribuent, en améliorant l'efficacité des régulateurs de croissance, des herbicides, des fongicides, etc., à en réduire l'usage. L'engagement pionnier de l'entreprise dans ce domaine se retrouve aussi dans son fonctionnement interne au travers de l'amélioration continue des conditions de travail des salariés, qui témoigne d'une stratégie de responsabilité globale particulièrement aboutie.

Ecophyse

Conseil en environnement et recyclage de déchets

Spécialiste de la collecte, du traitement et de la valorisation des déchets non dangereux auprès des industries, de la grande distribution, de l'hôtellerie et des collectivités, Ecophyse s'articule autour de trois métiers : le négoce de matières premières secondaires (valorisation papiers cartons, plastiques, bio-déchets) en France et à l'étranger avec une spécialisation sur la zone germanophone, la recherche de solutions de recyclage et d'applications pour les déchets issus de production industrielle, et le conseil sur la gestion des déchets et la mise en place du recyclage au sein des structures. L'entreprise, qui reçoit 500 à 600 nouvelles demandes de recyclage par mois et traite 160.000 tonnes de déchets par an (majoritairement papiers et plastiques), innove en 2017, en lançant Happy Loop, une gamme de conteneurs intuitifs destinés à faciliter le tri des déchets. Ces poubelles bigarrées, en polyéthylène 100% recyclable sont aux formes des déchets qu'elles se destinent à contenir. La gamme a vocation à s'étoffer, avec bientôt un conteneur à chewing-gum et un cendrier ludique pour les mégots.

SIÈGE SOCIAL	MARCHÉ	PART À L'EXPORT	CA 2016	CA 2016/2015
Centre Val-de-Loire	**International**	**63%**	**13,2 M€**	**20%**

www.ecophyse.com

MAGALI FRONTERO
GÉRANTE
CRÉATION EN 2005

Issue d'un cursus franco-allemand (double diplôme de commerce et management de l'ESC Compiègne et de la Fachhochschule d'Offenburg), Magali Frontero travaille pendant 15 ans dans le secteur industriel en Allemagne, notamment comme directrice commerciale chez le spécialiste du recyclage Interseroh. Forte de ses réseaux en Europe germanophone, elle fonde la société Ecophyse en 2005.

Dans un marché en perpétuelle mutation, mais peu dynamique en France (la problématique de la fin de vie des produits et emballages étant finalement peu intégrée aux réflexions de la plupart des entreprises), Ecophyse trouve ses marchés principalement à l'international. Depuis quatre ans, sa croissance se fait par le développement de ses zones d'activités en Europe (le marché historique allemand, la Grande-Bretagne et la Pologne) et dans le monde (Chine et Inde), avec 60% de son chiffre d'affaires à l'international. Son succès repose notamment sur l'adaptabilité de son équipe trilingue, soutenue par l'expertise pointue de consultants intégrés aux process de l'entreprise. Ces spécialistes se déplacent sur le terrain pour établir des diagnostics et proposer des solutions de recyclage personnalisées.

Actrice du développement durable et du respect de l'environnement, Ecophyse intègre toutes les problématiques de la RSE dans son fonctionnement : transmission des valeurs écologiques et transparence vis-à-vis des fournisseurs et des clients afin de les fidéliser, attention au bien-être au travail de ses salariés (masseuse au bureau, espace de détente, etc.) ainsi qu'à leur évolution professionnelle (toutes les demandes de formations sont acceptées, les salariés sont accompagnés et soutenus par des consultants établissant des bilans réguliers sur les besoins,...), et bien sûr tous les déchets sont triés et recyclés.

Impliquée dans le développement du tissu économique de son territoire d'implantation, Magali Frontero ambitionne aujourd'hui de créer un pôle environnemental à Neuvy en Indre-et-Loire, afin d'aider au développement de start-ups et de fédérer dans une logique collaborative les talents novateurs en matière d'écologie. Déjà investisseur dans de nombreuses start-up au travers d'une société accueillant les bénéfices d'Ecophyse, la dirigeante entend élargir la nature de son accompagnement. Un bâtiment est en cours de construction ; le chantier, soutenu par la région Centre-Val de Loire, devrait s'achever mi-2018.

Velum International

Fabrication d'appareils d'éclairage électrique

Velum International est une entreprise familiale industrielle alsacienne qui développe et fabrique des solutions d'éclairages professionnels LED depuis 1975. L'entreprise dispose de deux sites de production en France et des filiales en Espagne, au Portugal, en Suisse, en Allemagne et en Pologne. Historiquement positionné sur les marchés d'éclairage du commerce alimentaire, le groupe s'est depuis déployé par croissance organique, par intégration verticale et par acquisition sur un large spectre de secteurs d'activités dont récemment l'éclairage public. Velum se différencie par une très grande technicité de son offre et un modèle économique de production à la demande. Avec un chiffre d'affaires qui aura quasiment doublé depuis 2013 pour atteindre environ 24 millions d'euros en 2017, Velum est un des acteurs les plus dynamiques de son secteur, avec la particularité de privilégier le sourcing de proximité et la production locale, cette dernière étant en totalité réalisée en France, sur son site historique de Bischoffsheim et dans la région lyonnaise. L'Alliance Industrie du Futur a décerné le label «Vitrine de l'industrie du futur» à Velum en 2017.

SIÈGE SOCIAL	PART À L'EXPORT	EFFECTIF	CA 2016	CAGR CA 2013 – 2016
Alsace	**25%**	**145**	**20,5 M€**	**14%**

www.velum.biz

ANNE VETTER-TIFRIT
PRÉSIDENTE
TRANSMISSION FAMILIALE EN 2011

Ingénieure diplômée de SUPELEC Paris, Anne Vetter-Tifrit débute sa carrière chez Steria, avant de rejoindre Velum en 2000, une société familiale fondée par son père en 1975 et spécialisée dans la fabrication d'appareils d'éclairage électrique. Elle reprend l'entreprise en 2011 avec son mari, Lionel Tifrit et la lance sur une dynamique de croissance interne et externe ambitieuse. Très impliquée dans son écosystème (élue à la Chambre de Commerce, membre de commissions de réflexion sur l'usine du futur, Conseillère du Commerce Exterieur), Anne Vetter-Tifrit est également engagée dans la promotion de l'industrie auprès des jeunes.

Quand elle prend les rênes de l'entreprise familiale en 2011, Anne Vetter-Tifrit a l'ambition d'insuffler à Velum une nouvelle dynamique de croissance. Elle fait évoluer le business modèle de l'entreprise vers une offre de développement et de production à la commande. Cette approche projet présente l'avantage pour l'entreprise de ne pas nécessiter de stocks de produits finis susceptibles de se déprécier, facilite le financement de sa croissance, tout en assurant au client l'utilisation systématique des dernières technologies disponibles. Velum dispose d'une offre composée d'une vingtaine de types de luminaires susceptibles d'intégrer 5.000 combinaisons, soit environ 145.000 références. Elle travaille par ailleurs à des offres répondant à des contraintes particulières à certains secteurs à l'instar de celles développées en 2016 pour les sites de production industrielle (luminosité très faible, température de couleur en fonction du poste de travail).

C'est dans un souci constant d'améliorer son service client que l'entreprise entreprend dès 2012 un programme de transformation digitale déployant ERP et logiciel de gestion du parcours client. En intégrant son outil de production à son système d'information et en développant des interfaces clients, elle assure aujourd'hui la production de devis en ligne et le lancement de production sur la base de fichiers 3D. Cette approche permet à Velum de maintenir sa différentiation technologique d'une part, et de disposer d'autre part d'une flexibilité et d'une réactivité maximale. C'est au service de cette ambition que l'entreprise intègre l'ensemble des capacités de design et de R&D nécessaires à la conception des projets avant de créer en 2016 Azuria, filiale dédiée au thermolaquage. En 2017, Velum opère sa première acquisition en rachetant une PME spécialisée dans l'éclairage urbain. Cet investissement stratégique lui permet d'accéder au marché des collectivités, qui constitue un relais de croissance fortement synergétique avec ses activités historiques.

Reconnue par ses pairs, l'entreprise est soutenue dès 2015 par la région Alsace dans le cadre du programme « Usine du futur » et se voit décerner le label « Vitrine du futur » par l'AIF, récompensant les initiatives de modernisation et de transformation de l'industrie française, notamment par l'apport du numérique. L'entreprise fait en outre preuve d'engagement exemplaire en termes de responsabilité environnementale, à l'image de sa politique de recyclage, d'inclusion sociale et de participation des salariés à la réussite de Velum.

Gazignaire

Industrie d'extraction et de distillation de matières premières végétales pour l'obtention d'extraits aromatiques

Gazignaire est une société industrielle de transformation des matières premières végétales naturelles. Spécialisée aujourd'hui dans l'extraction et la distillation, elle produit des extraits aromatiques destinés à différents secteurs d'activité tels que l'agroalimentaire, la cosmétique et la parfumerie.

Exploitants agricoles depuis cinq générations, la famille Mul amorce son développement industriel dans les années 70 afin de préserver et de valoriser son activité agricole (culture de plantes à parfum notamment, telles que rose ou jasmin) en lui ouvrant de nouveaux débouchés. En 1990, le groupe rachète la société Gazignaire, spécialisée dans la distillation d'eaux florales ; l'entreprise présente à ce jour un profil unique dans le secteur, agricole et industriel, qu'elle étend au sourcing de matières premières stratégiques, telles que vanille, café, cacao et fève tonka. Dans un marché où la plupart des acteurs se sont par ailleurs éloignés de l'extraction au profit de la composition et de la création d'arômes, cette intégration verticale a aussi permis à l'entreprise d'accroître sa différentiation, de valoriser son savoir-faire historique de sélection et d'extraction, en amont du métier des aromaticiens, devenus ses principaux clients. La croissance de l'entreprise s'en voit significativement accélérée, avec un CA approchant les 14 millions d'euros en 2017.

SIÈGE SOCIAL	PART À L'EXPORT	EFFECTIF	CA 2016	CA 2016/2015
PACA	**34%**	**32**	**9,5 M€**	**48%**

www.gazignaire.com

CÉCILE MUL
PDG
TRANSMISSION FAMILIALE 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 faisant fonds sur les savoir-faire et l'histoire longue de l'entreprise, à la fois exploitant agricole et transformateur industriel.

Dans un métier où la normalisation du sourcing est un enjeu majeur compte tenu de la nature vivante de la matière première, où le savoir-faire de sélection n'est plus maîtrisé que par un nombre limité d'acteurs, Gazignaire bénéficie d'un positionnement stratégique qu'elle cherche encore à renforcer : origine certifiée, qualité suivie et traçabilité complète de la plante transformée jusqu'aux extraits et oléorésines, lui permettent de créer de véritables partenariats et d'entretenir un dialogue d'experts avec ses clients. Cette maîtrise et cet engagement sur la qualité ont aussi permis à Gazignaire, sur un secteur certes porteur mais extrêmement concurrentiel, de conserver ses parts de marché auprès de ses fournisseurs, malgré la hausse significative du coût des matières premières.

Soucieuse de ses impacts environnementaux et sociaux, Gazignaire prône un développement raisonné et proactif. L'objectif pour les années à venir est de poursuivre les efforts de développement industriel initiés dès 2008 qui visent à améliorer les procédés d'extraction à l'aide de technologies innovantes ou alternatives (éco-extraction), avec un million d'euros d'investissement à la clef en 2018, et de sécuriser de façon responsable ses filières d'approvisionnement. Trois types de programmes seront mis en œuvre à cette fin, en fonction des matières et des pays : partenariats de très long terme avec des fournisseurs, développement de cultures en propre et constitution ou soutien de coopératives. De nouveaux outils sont aussi développés afin de mieux piloter l'activité (ex : analyse du cycle de vie des produits), tandis qu'une veille réglementaire vise à développer l'expertise interne et à anticiper les évolutions du métier.

Cécile Mul porte une attention particulière à la gestion de ses équipes. Dans une démarche d'amélioration continue, elle a notamment intégré le management social et environnemental dans la certification FSSC 22000 de l'entreprise. La dirigeante souhaite encourager la culture projet et le sentiment d'appartenance en impliquant l'ensemble des équipes dans le développement responsable de la société.

Urbasolar

Producteur et distributeur d'énergie photovoltaïque

Urbasolar, fondée en octobre 2006 par Stéphanie Andrieu et Arnaud Mine, est spécialisée dans le développement, l'ingénierie, le financement, la construction, et l'exploitation de centrales photovoltaïques en France et à l'étranger. L'entreprise montpelliéraine, focalisée sur le marché des professionnels et des collectivités, s'appuie sur un pipe de projets de plus de 700 MW, avec une dizaine d'implantations dans le monde. Face à des concurrents de taille (Engie, EDF, Total, etc.), Urbasolar dispose d'un positionnement unique de double spécialiste : expert sur cette énergie d'une part et focalisé d'autre part sur la valorisation de sites complexes, dégradés ou bâtis. Ce choix, plus coûteux que d'installer des centrales sur sites naturels, est triplement vertueux, notamment dans le cadre des appels d'offres publics, que l'installateur remporte régulièrement. Avec plus de 100 MW remportés depuis début 2017, le groupe a encore renforcé sa position de leader, sa part de marché de la puissance photovoltaïque raccordée en France s'élevant à 17,2% en juin dernier. Urbasolar emploie aujourd'hui une centaine de personnes et a réalisé près de 86 millions d'euros de chiffre d'affaires sur l'exercice 2016, dont 75 millions d'euros de développement, construction et maintenance.

SIÈGE SOCIAL	PART À L'EXPORT	EFFECTIF	CA 2016	CAGR CA 2013 – 2016
Occitanie	**15%**	**105**	**74,1 M€**	**16%**

www.urbasolar.com

STÉPHANIE ANDRIEU
DIRECTRICE GÉNÉRALE
CRÉATION EN 2006

Diplômée de Sup de Co Montpellier, Stéphanie Andrieu débute sa carrière comme consultante chez Ernst and Young et accompagne pendant cinq ans les PME à très forte croissance, parmi lesquelles Apex, une entreprise pionnière du photovoltaïque. A l'occasion du rachat d'Apex par le groupe pétrolier BP en 2000, Stéphanie rejoint la PME renommée BP Solar, et Arnaud Mine, son fondateur et futur conjoint. En 2006, BP fait part de son retrait du solaire et confie le plan social aux dirigeants, qui le refusent. Ce sera l'occasion de créer Urbasolar.

Forts d'une belle notoriété dans le métier, Stéphanie Andrieu et Arnaud Mine décrochent dès 2007 leurs premiers contrats, qu'ils financent avec l'appui des banques. Dès la première année, l'entreprise enregistre 3,4 M€ de CA et recrute une dizaine de salariés, des ingénieurs en innovation spécialisés dans les problématiques de soft et de services. En 2008, Urbasolar réalise une levée de fonds et accélère sa croissance ; en 2009, l'entreprise signe ses premiers grands comptes (Airbus, Carrefour, suivront La Poste, la SNCF, EADS...) et en 2014, elle démarre son activité à l'international au Kazakhstan et en Bulgarie, en association avec des partenaires locaux maîtrisant le foncier.

L'innovation est un facteur clé du développement et de la croissance d'Urbasolar. Disposant d'un service de R&D interne (4% du CA), les dirigeants ont noué dès leurs débuts des partenariats avec des institutions publiques (l'Institut National de l'Energie Solaire, rattaché au CEA et au CNRS), des entreprises privées (fabricants de composants) ainsi que des pôles de compétitivité, ce qui leur permet de développer une expertise fine, notamment en termes d'hybridation et de fiabilité des prévisions de données. Ils ont notamment déployé les premières centrales en trackers mono-axe, la plus grande centrale à concentration (Aigaliers), ou encore la première en autoconsommation (Rueil-Malmaison), la plus importante en puissance en France à date.

De la conception de projet à l'exploitation en propre du système électrique, en passant par l'obtention des autorisations administratives, le financement, la construction et la maintenance, Urbasolar a fait le choix stratégique d'intégrer l'ensemble de la chaine de la valeur. Elle gère aujourd'hui 450 centrales, dont 90% en propre. Les 10% restants sont des projets pour compte de tiers, principalement à l'international.

L'entreprise dispose de carnets de commandes remplis pour les deux à trois prochaines années, lui garantissant une croissance annuelle minimale de 20%, qui devrait être encore accélérée à l'export et par le marché nouvellement ouvert de l'autoconsommation. Dans ce contexte, Stéphanie Andrieu accorde une vigilance particulière au bien-être de ses salariés, afin que leur épanouissement accompagne le succès de l'entreprise.

Groupe Euromair

Fabricant et distributeur de matériel professionnel pour le BTP

Créé en 1994 par Corinne et Patrick Borel, le Groupe Euromair est spécialisé dans la fabrication et la distribution de matériel professionnel de projection d'enduits et de peinture. Implantée dans la zone industrielle de Rousset, l'entreprise se constitue dans un premier temps autour de l'activité de conception et de fabrication de matériel en créant Europe Projection. Le rachat en 2003 de la société concurrente Volumair lui donne une nouvelle ampleur, lui permettant de gagner des parts de marché et de diversifier ses activités en adjoignant, au métier historique, une activité de distribution. En cinq ans, Euromair a presque doublé son chiffre d'affaires à près de 18 millions d'euros en 2016.

SIÈGE SOCIAL	PART À L'EXPORT	EFFECTIF	CA 2016	CA2016/2015
PACA	**33%**	**81**	**17,4 M€**	**21 %**

www.euromair.com

CORINNE BOREL
DIRECTRICE GÉNÉRALE
CRÉATION EN 1994

Diplômée d'un BTS d'analyste programmeur, Corinne Borel accompagne la création et les premiers développements de Europe Projection, la société créée par son conjoint en 1994, avant de la rejoindre en tant que directrice générale. A la faveur du rachat d'un concurrent, la société devient Groupe Euromair.

Présents sur le terrain, Patrick et Corinne Borel prêtent une attention particulière à l'actualité de leur secteur, prêts à étudier toute opportunité de développement et d'innovation, y compris par acquisition. Ainsi en 2005, ils reprennent un atelier d'usinage en Ardèche afin de soutenir l'élargissement des activités de l'entreprise. A la suite du rachat de Volumair en 2013, Euromair se fait référencer par des centrales d'achat et convainc des grands comptes tel que Kiloutou, grâce notamment aux services étendus qu'elle propose, de la personnalisation des machines, au centre de formation agréé, jusqu'au SAV, basés à Antony et à Rousset. Le rachat du fournisseur italien Mixer en 2015 leur permet de mieux maîtriser leur technologie et leur savoir-faire, tout en étendant leur portefeuille à l'export. Le groupe devient la même année importateur exclusif de la marque Wagner pour l'activité bâtiment en France.

Dans une logique d'innovation et d'amélioration continues de ses produits, le groupe commercialise ainsi chaque année de nouvelles machines grâce à un important effort de recherche et développement, intégrant notamment une réflexion sur l'amélioration des conditions de travail des employés du secteur du bâtiment. Faisant de son écoute du marché et de sa capacité d'adaptation les moteurs de sa croissance, Euromair travaille en étroite collaboration avec des fabricants de peintures et de produits à pulvériser, pour fournir des machines adaptées aux besoins de leurs clients ; ainsi, certaines de leurs machines à projeter sont dotées de tuyaux de 100 mètres et opérables à distance, améliorant ainsi leur rendement, le confort des applicateurs au travail et limitant significativement la manutention requise pour leur usage. En 2017, toujours dans un objectif d'adaptation aux besoins du marché, Euromair présente au salon Batimat une nouvelle gamme de machines à chapes, accompagnant les nouvelles sorties de l'année : machines à moteur essence, mini sableuses et machines hydrauliques de petites tailles viennent répondre aux demandes spécifiques des clients d'Euromair.

Ayant su se diversifier au fil des ans, le groupe ne subit pas de concurrence directe sur sa gamme et reste leader sur le marché de la machine à projeter, dans un environnement marqué par la présence de nombreux acteurs (nettoyeur, airless, grosses machines d'extérieur). Son produit phare, le Jetpro, concurrence Graco sur le marché et connaît un important succès à l'export.

Avec une croissance solide et une attention à la maîtrise de ses marges, le groupe poursuit son expansion en 2017, avec notamment la construction d'un nouveau bâtiment de 6000m2 sur la zone industrielle de Rousset. Bien implanté sur le marché français, Euromair accélère son développement à l'international, notamment par des développements en Italie et en Turquie, ainsi qu'à l'horizon 2018 vers l'Europe de l'Est à travers l'ouverture d'une antenne en Roumanie, ainsi que par la présence d'Euromair sur de nombreux salons internationaux au Maroc, en Algérie, en Turquie, en Espagne et à Dubaï.

BOA Concept

Systèmes intralogistiques

Créée en 2012, BOA Concept est une start-up technologique basée à Saint-Etienne et spécialisée dans le développement de systèmes innovants de convoyage pour la logistique. L'entreprise conçoit, assemble et intègre des systèmes intelligents, modulaires et connectés destinés aux activités de préparation de commandes, d'emballages ou de production en charges légères comme en charges lourdes. L'entreprise connait une croissance importante du fait des avantages que présente sa technologie propriétaire modulaire Plug and Carry®. En six ans, elle est parvenue à convaincre des clients de premier plan dans le monde de l'e-commerce et de la distribution spécialisée comme de l'industrie (Oscaro, Gémo, Motoblouz, GSA, le Printemps, Mersen, Hamelin...). BOA Concept compte une trentaine de salariés et a réalisé en 2016 un chiffre d'affaires de près de 7 millions d'euros, en croissance de près de 100%.

SIÈGE SOCIAL	PART À L'EXPORT	EFFECTIF	CA 2016	CA 2016/2015
Auvergne-Rhône-Alpes	**32%**	**32**	**6,7 M€**	**92%**

www.boa-concept.com

CHANTAL LEDOUX
DIRECTRICE GÉNÉRALE
CRÉATION EN 2012

Ingénieur et informaticienne diplômée de l'Ecole des Mines de Saint-Etienne où elle rencontre son mari et futur associé Jean-Lucien Rascle, Chantal Ledoux crée sa première entreprise en 1990, Logarithme, après dix années passées à travailler sur des problématiques de pilotage et de traçabilité des processus industriels. Société d'édition de logiciels pour l'industrie, Logarithme, renommée A-SiS, est vendue par ses fondateurs à Legris Industries quelques années plus tard pour constituer le pôle « informatique de logistique » de sa filiale Savoye. Tout en conservant ses fonctions de dirigeante d'A-SiS jusqu'en 2012, Chantal Ledoux prend en outre en charge la direction des ventes de Savoye. En 2012, Chantal Ledoux et Jean-Lucien Rascle quittent le groupe Legris Industries pour lancer Boa Concept, dont elle devient la directrice générale.

BOA Concept naît en 2012 alors que le développement rapide du e-commerce bouleverse le modèle de la logistique du dernier kilomètre: la réduction rapide du nombre d'items moyen par commande, concomitante avec l'accroissement massif du nombre de commandes, engendre chez les e-commerçants et les logisticiens de nouveaux impératifs qui conditionnent la compétitivité, voire la survie de ces acteurs. Pour certains, comme les e-commerçants, l'enjeu de la rapidité et de la qualité de service est primordiale au regard du coût d'acquisition du client, pour d'autres - en général issus de la grande distribution - l'automatisation et la capacité volumétrique sont déterminantes compte tenu de problématiques de personnel.

Les solutions intralogistiques ne répondant traditionnellement pas à ces nouvelles contraintes, BOA Concept imagine dès 2012 des solutions de convoyages de nouvelle génération focalisées sur la performance et les gains de productivité. Sa logique totalement modulaire, reposant sur un principe de pilotage décentralisé et intelligent, permet à BOA Concept de convaincre son premier client, Oscaro.com, l'un des dix premiers acteurs du e-commerce français, de déployer un premier système qui comporte près d'un millier de composants. En 2013, BOA Concept ouvre son capital à deux investisseurs en capital-risque qui lui permettent d'accélérer son développement. Les succès s'enchaînent ainsi, Boa Concept équipant l'entrepôt de chaussures de Gemo, capable de trier plus de 1.500 colis par heure, ainsi que de nombreux clients dans des secteurs diversifiés (Ekosport, PlacedesTendances, GSA, Logtex...), à l'instar d'un important projet de centre logistique pour Hamelin (cahiers Oxford) à Hanovre. Afin de maintenir son avantage concurrentiel sur le marché, l'entreprise maintient d'importants efforts de R&D qui représentent près de 15% de son chiffre d'affaires.

Avec des perspectives de développement international croissantes et la concrétisation de plusieurs projets en Europe continentale, l'entreprise aborde une nouvelle étape de son développement, qui pourrait aussi passer par le marché américain.

Château Roubine

Domaine viticole, œnotourisme et cosmétologie

Château Roubine se lance à l'international dès ses débuts avec notamment un premier container vendu au Japon en 1995. Le domaine exporte aujourd'hui 30% de sa production dans 43 pays sur six continents, avec comme premier marché les Etats-Unis, suivis par l'Europe (Belgique, Allemagne, Hollande) et les DOM TOM, et couvre un nouveau pays chaque trimestre (récemment la Russie et Dubaï), contribuant d'année en année à la reconnaissance mondiale des Crus Classés de Provence. Outre l'exploitation vitivinicole des 150 ha du domaine, de la culture à l'élaboration et à la commercialisation de Côtes de Provence Crus Classés, Valérie Rousselle a également développé des activités d'oenotourisme et lancé en 2016 une gamme de cosmétologie, commercialisant des produits conçus à partir des bienfaits de la vigne et des vertus des produits méditerranéens. Le domaine poursuit la croissance de son chiffre d'affaires en 2017, tiré notamment par les ventes de « La vie en rose », récompensée par le Prix d'Excellence française, et dont il s'est écoulé près de 500.000 bouteilles, dix fois plus qu'en 2014, année du lancement.

SIÈGE SOCIAL	PART À L'EXPORT	EFFECTIF	CA 2016	CA 2016 / 2015
PACA	**30%**	**49**	**6,8 M€**	**58%**

www.chateauroubine.com

VALÉRIE ROUSSELLE
PRÉSIDENTE
REPRISE EN 1994

Passionnée par les vins, Valérie Rousselle ne se destinait pour autant pas à la viticulture, mais à la gestion hôtelière après une formation d'excellence à l'Ecole hôtelière de Lausanne, lui permettant d'intégrer le groupe Lucien Barrière à Deauville. C'est à la suite d'un véritable coup de cœur pour le domaine multiséculaire Château Roubine que Valérie Rousselle démarre son activité viticole en 1994, après une formation à l'Université du Vin de Suze-la-Rousse dans le Vaucluse.

Disposant d'un emplacement idéal, pourvu d'un drainage naturel (roubine signifiant ruisseau en provençal) grâce à une terre argilo-calcaire permettant à la fois de restituer la chaleur tout en conservant la fraicheur à une altitude moyenne de 300 mètres, Château Roubine autorise la production de vins délicats et raffinés, de haute gastronomie. Le domaine compte 13 cépages, et permet une production de vins rouges et blancs relativement élevée par rapport à la concurrence avec 60% de vins rosés, 30% de vins rouges et 10% de vins blancs, classés grands Crus de Provence. L'acquisition en 2016 du domaine Sainte-Béatrice, propriété représentant 50 hectares supplémentaires, permet à l'entreprise d'élargir sa gamme de prix.

Parmi les projets de développement oenotouristique du domaine, l'ouverture d'un restaurant au milieu des vignes dans la maison d'hôtes, la création d'un village vigneron ou encore l'extension du chai avec la création d'un rooftop pour les cocktails et fêtes. Valérie Rousselle a par ailleurs lancé en 2016 une gamme de cosmétologie, « Sens en Provence », composée de neuf produits conçus à partir des bienfaits de la vigne et des vertus des produits méditerranéens (thym, lavande, miel, huile d'olive), issue de 10 années de R&D. La clientèle ciblée est professionnelle, avec des premières signatures en SPA, parapharmacies physiques et online, chaînes de parfumerie, hôtels et travel retail.

Très impliquée dans son secteur, au travers de plusieurs présidences d'associations professionnelles, la dirigeante entend inscrire Lorgues, qui compte le plus grand nombre de domaines viticoles de Côtes de Provence sur la carte oenotouristique de France, au travers notamment d'un parcours construit avec 12 domaines voisins et en partenariat avec la commune. Sa dernière initiative pourrait faire date : elle lance la journée internationale du rosé, qui aura lieu le vendredi 22 juin 2018. A 19 heures en France, de Paris à Saint-Tropez, de Rio à la Baie de Hudson, Valérie Rousselle invite chacun à trinquer à l'été. A l'heure dite, la Tour Eiffel scintillera de rose quelques minutes.

Enfin, engagée dans la réduction globale des impacts de la vitiviniculture, Valérie Rousselle a converti le domaine à la viticulture biologique en 2013 et travaille en biodynamie. Des travaux sont en cours dans le domaine sur le bâtiment de production pour récupérer les eaux de pluie afin d'arroser les plants, installer des panneaux solaires et recycler le verre.

Maison Leroy

Producteur-négociant de vins

Créée en 1868 dans la petite commune d'Auxey-Duresses par François Leroy, vigneron, la Maison Leroy doit son essor à Henry Leroy, entré dans l'entreprise familiale en 1919. Aujourd'hui le domaine est à la tête d'un patrimoine viticole extraordinaire qui compte près de 20 hectares répartis entre plus de vingt Premiers et Grands Crus de Bourgogne. Cultivées en biodynamie depuis près de 30 ans, les vignes du domaine produisent des vins régulièrement encensés par les critiques. Exportés à 40%, les vins Leroy devraient réaliser un chiffre d'affaires de 18 millions d'euros en 2017.

SIÈGE SOCIAL	PART À L'EXPORT	EFFECTIF	CA 2016	CA 2016/2015
Bourgogne-Franche-Comté	**40%**	**17**	**15,6 M€**	**19%**

www.domaine-leroy.com

MARCELLE BIZE-LEROY
PDG
TRANSMISSION FAMILIALE

Née de parents vignerons bourguignons, copropriétaires de la Romanée-Conti, Marcelle dite Lalou Bize-Leroy étudie les langues étrangères mais ne rêve que de montagne, d'escalade. Fille cadette d'Henry Leroy, qui a bâti la réputation du domaine, elle entre dans l'affaire à 23 ans, pour faire plaisir à son père, certes, mais aussi et surtout par amour du vin – qu'elle a appris à déguster très jeune -, et des vignes. Pionnière de la biodynamie, Lalou Bize-Leroy est une figure emblématique des vins de Bourgogne.

En 1955, Lalou Bize-Leroy, fille cadette d'Henry Leroy, intègre l'entreprise, dont elle deviendra le Président-Directeur Général en 1971. « J'accompagnais mon père au domaine toutes les semaines et je l'ai remplacé naturellement », explique-t-elle. Avec passion, elle s'efforce de comprendre les caractères essentiels de chaque terroir bourguignon. Lorsque l'occasion se présente, Lalou Bize-Leroy achète en 1988 le Domaine Charles Noellat puis le Domaine Philippe Rémy, ainsi que quelques autres très belles vignes (Corton Renardes, Corton Charlemagne, Chambolle-Musigny Charmes, Musigny), permettant à la Maison Leroy d'élargir son domaine propriétaire à 22 hectares.

La même année, Lalou Bize-Leroy prend une décision révolutionnaire : elle convertit ses vignes à la biodynamie. A l'époque, « je passai pour une folle », se souvient avec amusement cette pionnière.

La biodynamie proscrit tous traitements chimiques (désherbants, pesticides, fongicides, insecticides, et engrais de synthèse) ; elle associe la connaissance des rythmes cosmiques au travail du sol, sa régénération ainsi qu'à tous les soins apportés à la vigne, tout au long de l'année. La conduite de ses vignes en biodynamie ne souffre, aux yeux de Lalou Bize-Leroy, d'aucun compromis, quoi qu'il lui en coûte. Qu'importe si la nature lui fait parfois payer cher ses choix, comme en 1993, année marquée par une météo désastreuse : la vigneronne ne change rien au cap fixé.

Saluée par la presse spécialisée internationale : « Leroy, la perfection même. Plus qu'un modèle, ses vins s'avèrent une référence absolue [...] Aucun domaine au monde ne s'est imposé un tel niveau d'exigence en matière de viticulture. Cette productrice hors pair ne vit que pour et par ses vignes. Chaque millésime est pour elle un nouveau défi à relever : produire à partir de rendements minuscules des raisins qui proposent une lecture la plus juste possible de leur terroir », la Maison Leroy produit 40.000 bouteilles par an, vendues à des grands restaurants français, à quelques cavistes et particuliers, et à l'export via des distributeurs exclusifs. Lalou Bize-Leroy a une fille et deux petites-filles, dont l'une travaille dans le vin.

Domaines Pierre Chavin

Négoce de vin

Société de négoce de vins, positionnée à l'international, les Domaines Pierre Chavin mettent l'accent sur les innovations produit made in France, avec une attention particulière portée au marketing et à la distribution. Des breuvages aux flacons (réalités augmentées sur étiquettes, bag in box, PET, etc.), l'entreprise s'attache à comprendre les spécificités comme les attentes de ses marchés. Elle présente un chiffre d'affaires de 10,8M€ en 2016, réalisé à 80% à l'international. Sa croissance s'élève à deux chiffres chaque année, sur un marché mondial dont la croissance est inférieure à 5%.

SIÈGE SOCIAL	PART À L'EXPORT	EFFECTIF	CA 2016	CA2016/2015
Occitanie	**80%**	**14**	**10,8 M€**	**34%**

www.pierre-chavin.com

MATHILDE BOULACHIN
CEO
CRÉATION EN 2010

A la suite d'un DESS en analyse des marchés émergents et en transition, et d'un parcours universitaire européen, Mathilde Boulachin entame sa carrière en Suède au sein du département communication d'une société de technologie. Elle s'y voit rapidement confier d'importantes responsabilités, avant de rentrer en France cinq années plus tard pour suivre un Master spécialisé en vins et spiritueux, renouant ainsi avec ses racines champenoises. Elle développe en 2008 une activité de conseil en marketing auprès d'exploitants français, travaillant à la création de leur marque et de leur stratégie marketing. Poussée par une volonté d'entreprendre et de lancer ses propres marques, Mathilde Boulachin s'associe en 2010 avec Fabien Gross pour créer les Domaines Pierre Chavin.

Au sein d'un marché français à la fois traditionnel et hyperconcurrentiel, les jeunes dirigeants font d'emblée trois choix stratégiques : la différentiation, l'innovation et l'internationalisation. L'accent est ainsi mis sur l'audace, les innovations produit Made in France, des breuvages (paillettes 24 carats, myrtilles pour mousses bleues, vins désalcoolisés, vins vegan-friendly, vins halal, etc.) aux flacons (réalité augmentée sur étiquettes, bag in box, PET, etc.) avec une attention particulière portée au marketing et à la distribution. Le modèle s'attache en effet à comprendre les spécificités de ses marchés internationaux dans une très grande proximité avec la distribution et à partir de paramètres analytiques avant que de développer son offre.

L'effort permanent d'innovation requiert une participation active des partenaires exploitants, pour permettre un échantillonnage rapide précédant une production en flux tendu, sur la base des commandes recueillies. En contrepied des modèles de développement qui vont du proche au lointain, Mathilde Boulachin a démarré par l'export, mettant à profit ses connaissances du marché scandinave pour décrocher des marchés placés sous monopole d'Etat en Finlande et en Suède. Par la suite, l'entreprise rencontre rapidement un franc succès en Asie et aux Etats-Unis et rallie de grandes compagnies aériennes à sa démarche.

La culture de responsabilité globale fortement présente au sein de l'entreprise participe de cette réussite : management participatif, plans de formations, politique d'évolution salariale, forte attention portée au respect de l'équilibre vie privée/vie professionnelle, mixité dans les recrutements – tout est fait pour assurer le bien-être des salariés. Par ailleurs, dans un secteur aux enjeux environnementaux clefs, l'entreprise apporte une attention particulière à son impact carbone via une gestion attentive des déplacements et le soutien d'une agriculture biologique tant dans le choix des acteurs distribués que sur ses propres vignobles. Au sixième rang des productions biologiques de France, l'entreprise est certifiée ISO 26 000, IFS BRC et ECOCERT NOP.

Le Trophée Performance Eco 2016 lui a été attribué pour sa capacité d'accélération continue de sa croissance et de sa rentabilité grâce une stratégie de développement originale et remarquablement exécutée.

GROUPE VERONA

Réseau de salles de fitness

Neoness est une enseigne de salles de fitness innovante, implantée majoritairement en région parisienne et dans les grandes villes françaises. Elle s'est imposée sur ce marché concurrentiel en travaillant les prix au plus juste, tout en assurant à ses membres un niveau de prestation haut de gamme sur leurs attentes essentielles. Un positionnement unique qui fait de Neoness l'un des leaders du secteur en région parisienne, avec plus de 140.000 clients, et l'entreprise la plus dynamique du secteur. Nenoess a quadruplé son chiffre d'affaires en 3 ans, qui devrait approcher les 40 millions d'euros en 2017. Le groupe lance par ailleurs cette année Episod, un nouveau concept proposant de façon personnalisée des sports innovants travaillant sur les sensations et les expériences sportives intenses.

SIÈGE SOCIAL	MARCHÉ	EFFECTIF	CA 2016	CA2016/2015
Ile-de-France	**National**	**324**	**29,6 M€**	**41%**

www.neoness-forme.com

CÉLINE WISSELINK
ET MARIE-ANNE TEISSIER
CO-FONDATRICES
CRÉATION EN 2008

Co-fondatrice de la société Neoness, diplômée d'HEC, Céline Wisselink débute sa carrière chez BearingPoint après une première expérience commerciale aux Pays-Bas. Elle rejoint l'UCPA en 2005 pour diriger le Pôle Transport. Elle y rencontre Marie-Anne Teissier alors que cette dernière, diplômée de l'ESSEC, y dirige le pôle Aventures, après avoir été Responsable Régional des Ventes au sein de Procter & Gamble. Les deux associées lancent en 2008 le concept Neoness.

WOMEN EQUITY NATIONAL 2017 TROPHÉE PERFORMANCE ECO

Céline Wisselink et Marie-Anne Teissier ouvrent leur première salle sur fonds propres en 2008 à Fontenay-sous-Bois pour tester et affiner le concept. En 2010, une deuxième salle ouvre dans le 15e arrondissement de Paris, qui devient la référence pour le déploiement de la suite du réseau. Les dirigeantes parviennent initialement à financer ces ouvertures en combinant le besoin en fonds de roulement négatif des salles, le soutien de quelques investisseurs privés et de la dette levée auprès de leur banque. Le succès des premières implantations amène rapidement les dirigeantes à décider d'accélérer le nombre d'ouvertures sur un rythme annuel d'au moins cinq salles. Afin de conserver une maitrise de la qualité des prestations, elles écartent la possibilité d'ouvrir le concept à la franchise pour se concentrer sur des ouvertures en propre.

Dès 2015, pour faire face à un investissement par nouvelle implantation compris entre un et deux millions d'euros en fonction d'une surface qui varie de 1000 à 2000 m², et un point mort atteint au bout de deux à trois ans, elles ouvrent le capital de l'entreprise au fonds d'investissement Salvepar, qui injecte 25 millions d'euros. S'en suit une accélération du déploiement, l'entreprise focalisant ses ouvertures sur les centres urbains disposant d'une densité de plus de 100.000 personnes à moins de 15 minutes. Fin 2017, Neoness dispose d'une trentaine de salles implantées essentiellement en région parisienne (dont la moitié sur Paris) et dans les principales métropoles françaises.

Sur un marché encore largement sous-équipé (seuls 10% des Parisiens fréquentent une salle de sport contre 30% en moyenne dans les capitales européennes), le groupe Verona a lancé fin septembre une nouvelle marque de studios sportifs haut de gamme, Episod, qui mise sur les derniers sports tendance, l'effet de groupe et la musique, pour séduire une cible urbaine au pouvoir d'achat plutôt élevé (offre premium de 20 euros en moyenne le cours). L'ambition du groupe est d'ouvrir une vingtaine de studios Episod à Paris en 2018, en plus de cinq clubs Neoness.

Pour attirer et retenir des talents habituellement peu fidèles dans le secteur, Céline Wisselink et Marie-Anne Teissier mènent une politique RH ambitieuse : tests de caractérologie au recrutement, primes sur objectifs versées à tous les salariés, formations internes permettant de gravir les échelons hiérarchiques, nombreux événements de motivations des équipes. L'effectif de Verona est passé de 25 salariés en 2011 à près de 400 en 2017, dont 200 coaches.

Le Trophée Performance Eco 2017 lui a été attribué pour sa capacité à combiner sur longue période une dynamique de croissance forte et remarquablement maîtrisée avec une rentabilité opérationnelle élevée, reposant sur une recherche continue de différenciation et d'innovation.

Galerie Jeanne Bucher Jaeger

Galerie d'art

La Galerie Jeanne Bucher Jaeger, créée à Paris en 1925, est considérée comme une institution européenne par le milieu ; parmi les rares galeries internationales à disposer d'un fonds d'œuvres traversant le champ de l'art européen du XXe siècle et s'inscrivant depuis 15 ans dans celui du XXIe siècle. Elle a placé un grand nombre de chefs d'œuvres auprès d'institutions et de collections internationales majeures dans le monde. Véronique Jaeger poursuit avec passion son métier, qu'elle conçoit certes comme un accompagnement à la vente, mais également comme un soutien à la création, y compris financier, lors de la production d'œuvres d'artistes, notamment pour certains artistes émergents.

SIÈGE SOCIAL	PART À L'EXPORT	EFFECTIF	CA 2016	CA 2016/2015
Ile-de-France	**67%**	**8**	**4,5 M€**	**63 %**

jeannebucherjaeger.com

VÉRONIQUE JAEGER
DIRECTRICE GÉNÉRALE
REPRISE EN 2003

Véronique Jaeger rejoint en 2003 la galerie Jeanne Bucher après un diplôme d'histoire de l'art et de littérature à la Columbia University et une expérience artistique développée à New York durant 10 ans, à Londres dans les années 90 et à la FIAC jusqu'aux années 2000. Arrière-petite-fille de Jeanne Bucher, fondatrice de la galerie, elle est aujourd'hui actionnaire majoritaire. Une transmission évidente pour cette passionnée d'histoire de l'art, des artistes et de la création.

Fondée à Paris en 1925 par Jeanne Bucher, strasbourgeoise d'origine alors âgée de 50 ans, la galerie est restée dans la même famille depuis trois générations. Jeanne Bucher a exposé, entre 1925 et 1946, les grands artistes du XXe siècle : les avant-gardistes abstraits, cubistes et surréalistes d'avant-guerre (notamment Kandinsky et Giacometti). Son petit-neveu Jean-François Jaeger reprend la direction de la galerie en 1947 et expose les grands abstraits européens et américains d'après-guerre, puis les nouveaux peintres figuratifs et réalistes des années 70, les grands sculpteurs urbains et environnementaux des années 80 ainsi que l'ouverture aux artistes orientaux reconnus aujourd'hui trésors nationaux dans leur pays. Ses enfants, Véronique et Frédéric Jaeger, assurent tous deux la codirection de la galerie entre 2003 et 2010. Au départ de son frère, Véronique Jaeger devient actionnaire majoritaire de la galerie et en prend la direction générale.

Animée par l'envie de faire découvrir ses contemporains, elle expose notamment l'artiste peintre et sculpteur japonais Susumu Shingu qui déploie un art mobile animé par les éléments de la Nature environnante puisque les mouvements de ses sculptures sont générés par l'eau, le vent et le soleil. Tout en poursuivant la direction de la rue de Seine, Véronique Jaeger inaugure en 2008 un nouvel espace de 700 m2 dans le Marais, lui permettant à la fois de promouvoir les nouveaux artistes vivants qu'elle expose depuis 2006 et faire redécouvrir, dans un quartier de galeries plus contemporaines, les artistes qui lui sont liés depuis l'origine. Sous son impulsion, les expositions hors les murs se multiplient (de 5 en 2003 à 35 en 2017), ainsi que les voyages afin de faire découvrir les œuvres de ses artistes sur sites.

En 2015, Véronique Jaeger organise une exposition dans ses deux espaces parisiens, à l'occasion du 90e anniversaire de la galerie. Elle poursuit son rôle de promotion des artistes auxquels son histoire est liée depuis l'origine tels que André Bauchant, Vieira da Silva, Arpad Szenes, Nicolas de Staël, Hans Reichel, Roger Bissière, Mark Tobey, Jean Dubuffet, Fermin Aguayo, et accompagne les dix artistes contemporains qu'elle suit depuis 2005 (Dani Karavan, Yang Jiechang, Susumu Shingu, Fabienne Verdier, Michael Biberstein, Miguel Branco, Zarina Hashmi, Rui Moreira, Hanns Schimansky et Paul Wallach).

Le lien de permanence entre les œuvres d'hier et d'aujourd'hui constitue le fil rouge des expositions à venir : hommage au 120e anniversaire de l'artiste hongrois Árpád Szenes, préparation d'expositions pour les artistes environnementaux Susumu Shingu et Dani Karavan à la galerie et hors murs, lancement d'un jeune artiste français travaillant sur le paysage naturel numérique devenant peinture. Dans le même temps, Véronique Jaeger poursuit la réorganisation de son fonds d'archives ainsi que celle du fonds historique de la galerie et entend prolonger ses activités d'édition. En 2018, la galerie ouvrira pour la première fois un espace d'exposition à Lisbonne.

Good Goût

Conception et commercialisation de produits alimentaires

Good Goût est un acteur émergent et innovant du segment de la nutrition bio infantile qui conçoit et commercialise une gamme de plus de 60 produits proportionnés et adaptés aux besoins spécifiques des enfants de 0 à 10 ans. Présente en GMS pour près de 50% de ses ventes, l'entreprise réalise plus de 20% de son chiffre d'affaires en ligne auprès d'une importante communauté de clients engagés derrière les valeurs de la marque. Les produits de Good Goût sont distribués aujourd'hui dans 20 pays sur près de 11.000 points de vente, et l'entreprise, qui comporte une trentaine de salariés, réalise en 2016 un chiffre d'affaires de près de 10 millions d'euros, contre 1,5 millions trois ans avant.

Cette croissance rapide est le fruit d'une extension importante de sa gamme dès 2013 pour couvrir l'ensemble des besoins de nutrition infantile, et ce, dans tous les circuits de distribution. Ce développement du nombre de références et les complexités de gestion induites, amènent l'entreprise à se structurer de façon plus importante dès 2015 avec la mise en place d'un ERP. En 2017 les dirigeants prennent la décision de renforcer très significativement leur équipe commerciale afin de maintenir le rythme soutenu de croissance.

SIÈGE SOCIAL	PART À L'EXPORT	EFFECTIF	CA 2016	CA2016/2015
Ile-de-France	**5%**	**28**	**9,3 M€**	**45%**

www.goodgout.fr

JULIA PERROUX
DIRECTRICE GÉNÉRALE ADJOINTE
NOMINATION EN 2013

Diplômée de l'EDHEC, Julia Perroux débute sa carrière en Australie dans le domaine de la finance de marché avant de rejoindre Unilever en 2005 où elle accumule une importante expérience en marketing et commerce, successivement chef de produit sur la marque Boursin, chef de groupe pour la marque Ben & Jerry's à National Account Manager pour Unilever. C'est en 2013 que Julia Perroux rejoint Good Goût, lancée trois ans plus tôt par son mari Mikaël Aubertin, pour prendre en charge plus particulièrement le marketing. L'entreprise ne compte alors que quelques personnes dans son organisation et distribue 8 produits en magasins bio.

Depuis sa création, Good Goût se démarque par une innovation permanente, basée sur les besoins du consommateur final, tant en termes de plaisir que de qualité. Dans un marché oligopolistique tenu par des géants de l'agro-alimentaire, Good Goût fait fonds sur l'appétence croissante des jeunes parents pour une alimentation naturelle, saine et pratique pour leurs enfants, le bio représentant d'ores et déjà aujourd'hui 12% du marché de la nutrition infantile.

Avec le concours de Chefs étoilés, l'entreprise travaille à la création de recettes 100% bio dont les caractéristiques sont une liste réduite d'ingrédients, eux-mêmes différenciants (topinambour, céleri-rave, prune...). Au-delà des recettes, l'entreprise imagine des contenants et des emballages dans une approche responsable : des sachets souples permettant un procédé de stérilisation conservant mieux le goût et réduisant de moitié l'énergie consommée, conçus pour être pratiques et légers, réduisant jusqu'à vingt fois le volume transporté, dont le recyclage est assuré à 100% dans le cadre d'un programme Terracycle, une absence de Bisphénol A ou de phtalates, etc.

Good Goût fait fonds sur la très forte adhésion de la clientèle aux valeurs de la marque pour développer une stratégie de communication digitale virale qui lui permet de rivaliser avec les géants du secteur. L'entreprise disposait ainsi dès 2015 d'une communauté en ligne supérieure à celle de Nestlé. Elle a été la première de son secteur à mener des opérations de ventes privées, et ses produits se hissent aujourd'hui parmi les meilleures ventes du segment sur Amazon. Son modèle économique fabless lui permet de bénéficier d'une totale flexibilité, en termes d'innovation produit, de packaging, ou de capacité à répondre à la croissance du volume de ses ventes.

L'extension des gammes de produits, en particulier sur le segment 3 à 10 ans, a été initiée en 2016, avec pour objectif de couvrir l'ensemble des unités de besoins que sont petits-déjeuners, repas, goûters. Sur ce segment moins réglementé que l'alimentation bébé, la capacité à se différencier du marché par une offre tout à la fois gourmande et saine est immense, à l'instar de la bataille à mener contre le scandale de l'excès de sucre de l'alimentation industrielle, dont les consommateurs commencent à prendre conscience. La croissance de l'entreprise se poursuivra également par une plus grande profondeur produits au sein de points de vente toujours plus nombreux et par la structuration d'une véritable activité export.

GROUPE CSP

Distribution spécialisée de produits capillaires

Bleu Libellule

Le Groupe CSP est une entreprise occitane fondée en 1997 spécialisée dans la distribution de produits professionnels capillaires et esthétiques à destination d'une clientèle de coiffeurs, d'esthéticiens, et de particuliers. Pionnier et leader du marché, le groupe réalise un chiffre d'affaires consolidé de près de 70 millions d'euros en 2016, combinant une centrale d'achat basée dans le Gard, développant une activité de grossiste (Objectif Coiffure), alimentant une plateforme de e-commerce ainsi qu'un réseau de plus de 150 magasins sous deux enseignes : Bleu Libellule, un concept de drugstore initié en 2002 disposant aujourd'hui de près de 150 implantations en France métropolitaine, DOM-TOM et Belgique, et Objectif Coiffure Stores, un réseau lancé en 2016 qui dispose aujourd'hui de 11 magasins.

SIÈGE SOCIAL	MARCHÉ	EFFECTIF	CA 2016	CAGR CA 2013 – 2016
Occitanie	**International**	**496**	**67,9 M€**	**17%**

www.bleulibellule.com

CAROLINE WINCKER
DIRECTRICE GÉNÉRALE
CRÉATION EN 1997

Après une maîtrise de droit et une première expérience professionnelle en vente et marketing, Caroline Wincker ouvre à Nîmes en 1997 avec son compagnon le premier magasin Objectif Coiffure, distributeur spécialisé en produits capillaires à destination de professionnels et de particuliers, qui préfigure les futurs développements du groupe. En 2002 elle y adosse un concept innovant de drugstore « cash & carry » de produits esthétiques professionnels sous la marque Bleu Libellule.

Durant ses premières années d'activité, CSP joue un rôle de pionnier sur un marché aux structures encore archaïques en intégrant à leur activité de grossiste (Objectif Coiffure) des services à forte valeur ajoutée (plus de 15.000 références en catalogue, offre VPC, livraison en 24h, numéro vert, etc.) répondant aux nouveaux besoins des professionnels de la coiffure et des distributeurs.

Parallèlement, les dirigeants se lancent en 2002 dans la création d'un nouveau concept en centre commercial, qui donne lieu à la création de Bleu Libellule, drugstore « cash & carry » de 100 - 150 m² proposant aux particuliers l'accès à une offre de produits esthétiques professionnels pointus à forte image. Cette deuxième activité complémente ainsi Objectif Coiffure au sein du groupe CSP, qui autofinance son développement rapide jusqu'à disposer en 2011 de 30 magasins en propre. Afin de pouvoir accélérer sa croissance, bénéficier d'un apport d'expérience dans le développement d'un réseau de points de vente, et de synergies d'achat, le groupe accueille en 2012 Provalliance à son capital, lui permettant d'ouvrir 19 nouveaux points de vente Bleu Libellule et d'initier le déploiement d'un modèle de franchise. Considérant que le marché français demeure encore peu concurrentiel, le Groupe CSP lance en 2016 une seconde enseigne de distribution de produits de coiffure et d'esthétique, Objectif Coiffure Store. Ces nouvelles boutiques proposent un assortiment de produits différents mais s'appuient sur l'expertise et le savoir-faire de Bleu Libellule.

Alors que l'entreprise débute l'année avec 132 points de ventes, 2016 est pour le groupe CSP une année de consolidation de sa croissance, et tout en ouvrant 14 nouveaux points de vente, les dirigeants entreprennent un chantier de rationalisation de la gestion du réseau, retravaillent le parcours client en magasin, intensifient la stratégie de web marketing. Pour préparer de nouvelles étapes de croissance le groupe recrute en outre un directeur des ventes omnicanal, ainsi qu'un responsable du développement chargé de l'identification des opportunités d'emplacement. Cet effort s'est poursuivi en 2017 avec un important plan d'investissement de près de 3 millions d'euros portant sur les systèmes d'information et de traitement des données de caisse, et sur l'automatisation des entrepôts, et qui sera achevé en 2018.

Avec près d'une vingtaine d'ouvertures de points de ventes prévue en 2018, l'extension du réseau au Luxembourg, l'ouverture de corners dans deux nouveaux pays européens, et le développement futur de produits sous marque Bleu Libellule, Caroline Wincker continue d'imprimer à son groupe une forte dynamique de croissance. Sa prochaine cible : améliorer significativement la reconnaissance de la marque par une politique de marketing et communication ambitieuse.

Bio&Co

Magasins alimentaires bio spécialisés dans les produits frais

Société de distribution de produits 100% bio, spécialisée dans le frais (fruits et légumes, boucherie traditionnelle, fromage à la découpe et crèmerie), Bio&Co intègre dans la plupart de ses magasins des espaces de restauration. L'enseigne régionale indépendante offre plus de 8.000 références de produits issus de l'agriculture biologique et un rayon important de produits sans gluten (plus de 500 références). L'entreprise emploie aujourd'hui 95 salariés répartis sur cinq magasins en PACA, pour un chiffre d'affaires en progression constante sur les cinq dernières années, qui devrait atteindre 24 millions d'euros en 2017.

SIÈGE SOCIAL	MARCHÉ	EFFECTIF	CA 2016	CA2016/2015
PACA	**Régional**	**95**	**18,4 M€**	**29%**

www.bioandco.bio

MARTINE ACHY
PRÉSIDENTE
CRÉATION EN 2000

C'est en 1996 que Martine Achy, néerlandaise de naissance, se lance dans l'entrepreneuriat en ouvrant, avec son conjoint, une société locale d'importation de produits écologiques. En 2000, le couple revend l'entreprise et crée Bio&Co, des magasins dédiés aux produits bio et comportant un espace restauration.

Martine Achy et son conjoint rachètent en 1996 une petite entreprise d'importation dans l'agro-alimentaire. Un premier pas dans le secteur au contact des principaux acteurs français et européens de la distribution bio, devenus depuis leurs clients. Ayant revendu leur société pour se lancer dans la distribution directe, ils ouvrent leur premier magasin bio à Aix-en-Provence en 2000. Les premières années sont celles de l'apprentissage pour ces deux autodidactes de la distribution, l'une formée aux ressources humaines, l'autre aux métiers de la restauration.

En 2010, le couple ouvre un deuxième point de vente à la Vallette du Var, premier magasin bio en PACA de 1.000 m2, avec son restaurant intégré. Le concept est lancé. Le parti pris de l'offre, mettant en avant des produits ultra frais (50% du CA), constitue une réelle valeur ajoutée. Imposant l'excellence dans la gestion des flux, ce positionnement assure à l'entreprise une large zone de chalandise. Bio&Co se démarque par l'aménagement de ses magasins, qui reflètent un esprit de proximité avec le client et correspondent aux nouvelles formes de consommation. Pour assurer la quantité et la qualité de l'approvisionnement, Bio&Co veille en outre à nouer de vrais partenariats avec ses fournisseurs, et construit une relation de fidélité basée sur l'honnêteté et le respect des engagements mutuels.

Autrefois secteur de niche, le marché du bio a explosé ces dernières années. Il conserve aujourd'hui une croissance de marché bien supérieure aux autres segments et attire dès lors nombre de convoitises. Pour résister aux mastodontes de la grande distribution, les indépendants ont ainsi dû s'organiser et se structurer. Une professionnalisation du secteur qui engendre aussi de nouvelles contraintes : magasins plus grands, offre large, approvisionnement plus contraint, législation renforcée, etc. Autant d'évolutions qui requièrent une réelle expertise en termes de processus internes.

Martine Achy et son directeur général, Eric Béroud choisissent donc de s'entourer de compétences variées (finance, ressources humaines, achats, etc.) à mesure du développement de l'entreprise. Les performances significatives de ses magasins, dont le cinquième a ouvert fin février, confirment la pertinence du positionnement, anticipateur de ces tendances de marché. Début novembre 2017, l'enseigne innove et ouvre une boulangerie 100% bio adossée au magasin d'Aix en Provence. Bio&Co teste également la vente en ligne (click and collect) sur le site de Vallauris. L'entreprise entend poursuivre sa croissance, par ouverture de nouveaux sites toujours dans la région PACA, pour conserver une capacité de pilotage fin de la performance et une proximité avec les équipes chargées de décliner la charte Bio&Co sur l'ensemble des sites.

GROUPE LD FRANCE

Vente et distribution d'emballages alimentaires

Kedypack a été lancé dans l'objectif de répondre au marché en fort développement de l'emballage à destination des professionnels du secteur (cafés, hôtels, restaurants, traiteurs, sandwicheries ou boulangeries...). Outre le large éventail de produits et la rapidité de traitement des commandes, l'entreprise mise sur une compétitivité-prix et qualité rendue possible par des liens développés avec les fournisseurs, lui permettant de gagner des parts de marché dans un écosystème concurrentiel dominé par des acteurs majeurs comme Metro, et tout récemment de s'exporter en Europe.

Bénéficiant du développement de la restauration rapide et de l'élargissement de la consommation hors site, y compris dans le domaine de la restauration traditionnelle, l'entreprise double son chiffre d'affaires entre 2012 et 2016 pour atteindre une vingtaine de millions d'euros.

SIÈGE SOCIAL	MARCHÉ	EFFECTIF	CA 2016	CA2016/2015
Ile-de-France	**National**	**40**	**19,7 M€**	**17%**

www.kedypack.com

KEDY pack

MÉLANIE HU
GÉRANTE
CRÉATION EN 2010

Issue d'une famille de restaurateurs, Mélanie Hu, diplômée en comptabilité, crée Kedypack en 2010, société spécialisée dans l'importation, la création, la vente et la distribution de fournitures et d'emballages alimentaires jetables et réutilisables tels que vaisselle jetable plastique et carton, serviettes, nappes éphémères et articles de produits d'entretien et d'hygiène, à destination du secteur de la restauration.

La dynamique de développement de KedyPack repose d'abord sur la diversification de l'offre ; l'entreprise propose en effet une large gamme de 7.000 références d'emballages importés d'Asie, d'Europe et des Etats-Unis, couvrant divers matériaux : céramique, inox, bambou, écologique, aluminium, plastique, papier / carton, polystyrène... Ces produits sont distribués par son point de vente couvrant 5 000m² en région parisienne, et une plateforme de prise de commandes par téléphone, mais également au travers d'un site web e-commerce à destination des acteurs du secteur, des collectivités locales et des particuliers.

Une attention particulière est portée à la performance de son service commercial, au respect des délais d'approvisionnement, aux choix scrupuleux de ses fournisseurs, ou encore à gestion de la flotte de 7 véhicules utilitaires qui garantissent une livraison en moins de 72 heures en Ile-de France. Toujours dans l'objectif de se distinguer de la concurrence, Kedypack a notamment mis en place un service de retrait des marchandises au Kedydrive, et créé un service de commandes personnalisé dédié aux grands comptes. Par ailleurs, elle offre désormais la possibilité à ses clients de concevoir leurs packagings afin de faire évoluer leurs marques. Enfin, la société investit dans sa stratégie de marque, en participant notamment aux salons professionnels tels que le Sandwichs & Snack show.

Afin de promouvoir et de répondre à la demande de produits plus respectueux de l'environnement, qui représentent aujourd'hui 20% de ses ventes, l'entreprise a développé une gamme complète d'emballages durables et organise régulièrement des offres promotionnelles sur ces produits de sorte à en favoriser les ventes. En interne, l'entreprise agit en faveur des économies d'énergie et des gestes éco-citoyens auprès de ses salariés.

Bébé au Naturel

Vente en ligne de produits écologiques labellisés

Bébé au Naturel est le leader français de la vente en ligne d'articles naturels et biologiques pour les bébés, et le pionnier du segment infantile. Sélectionnant et testant l'ensemble des produits proposés, l'entreprise familiale a progressivement élargi et diversifié sa gamme, initialement centrée sur les besoins des 0 – 3 ans. En dix ans, la société a enregistré une croissance forte et continue, son chiffre passant de 400.000 euros la première année à plus de 13 millions d'euros en 2016, en croissance de près de 35%. Les effectifs se montent à 70.

SIÈGE SOCIAL	MARCHÉ	EFFECTIF	CA 2016	CA2016/2015
Bretagne	**National**	**70**	**13,4 M€**	**33%**

www.bebe-au-naturel.com

JULIE WALLYN
CO-FONDATRICE
CRÉATION EN 2004

Julie Wallyn tient avec son mari Christophe un dépôt vente de vêtements d'occasion pour bébés, baptisé « Troc à Pitchoune », comportant un petit rayon de produits écologiques. L'intérêt croissant de leurs clients pour des alternatives aux produits industriels les conduit à lancer en 2004 Bébé au Naturel, un site de vente en ligne de produits écologiques labellisés.

Julie et Christophe Wallyn lancent en 2004, depuis l'arrière-boutique du dépôt vente, un site de vente en ligne de couches lavables et d'écharpes de portage. Le succès est au rendez-vous : un million d'euros de revenus dès la 2e année et un local plus grand pour accueillir une équipe qui atteint rapidement sept personnes. C'est grâce à un élargissement de son offre (des produits pour bébé aux jouets, aux produits de beauté et santé, d'entretien de la maison et de l'épicerie fine, listes de naissance, chèques cadeaux), et à une sélection rigoureuse de ses produits, que Bébé au Naturel gagne des clients et les fidélise. L'entreprise bretonne est aujourd'hui l'un des premiers revendeurs de produits naturels et écologiques de l'internet français, avec quelque 13.000 références.

L'entreprise bénéficie de la prise de conscience qualitative des alternatives aux produits industriels, structurée par les nombreux tests et enquêtes réalisés par des associations de consommateurs et médias. L'impact est particulièrement constaté sur les produits destinés aux enfants, et génère une forte croissance de la demande pour les produits bio que l'entreprise distribue largement. Couches jetables et écologiques à base d'amidon de maïs, lingettes et crèmes bébé contribuent ainsi à augmenter significativement le nombre de colis expédiés chaque mois, qui passe de 18.000 à 30.000. Malgré la croissance très rapide des volumes expédiés, l'entreprise bénéficie d'un niveau de satisfaction client très élevé. Pour maintenir son taux de retour service après-vente inférieur à 1%, la société table sur la formation des préparateurs au sein d'une « Ecole Bébé au Naturel », et une organisation horizontale de ses équipes très fortement responsabilisées.

Sur un marché tiré par la demande où l'entreprise bénéficie d'une position de leader, Bébé au Naturel s'attache à élargir en permanence ses gammes de produits biologiques et écologiques. En 2017, la société lance une market-place lui permettant de référencer d'autres commerçants de qualité qu'elle fait bénéficier de son trafic et de son expérience logistique.

Fidèle à ses engagements, l'entreprise s'est développée avec une attention particulière à ses parties prenantes, ses clients (apposition claires et visibles des garanties et compositions), ses équipes (promotion de l'égalité, préservation de la vie personnelle, entraide et partage) et ses fournisseurs ; l'entreprise anime ainsi un réseau de 260 fabricants, revendeurs et partenaires issus de l'économie durable et solidaire. Au cours de l'été 2017, l'entreprise a fait bâtir, sur son site breton, un bâtiment de 700m2 adapté à une organisation collaborative de travail, et combinant une construction en matériaux écologiques et une architecture bioclimatique. Engagée dans une démarche responsable, l'entreprise réalise son propre bilan carbone depuis 2008, qu'elle compense par le financement de programmes de plantations d'arbres dans des pays émergents, menés par l'association Cœur de Forêt.

Laboratoires Embryolisse

Conception et distribution de produits dermo- cosmétiques

Embryolisse est spécialisée dans la conception, la fabrication et la distribution de produits dermo-cosmétiques dont les formules privilégient des actifs d'origine végétale, issus de fleurs ou de fruits alliés à des actifs dermatologiques. L'entreprise cultive son positionnement de marque de niche, indépendante et familiale, capitalisant sur une belle faveur intergénérationnelle de ses clients. Son chiffre d'affaires devrait progresser de 30% en 2017, à 11,5 millions d'euros.

SIÈGE SOCIAL	PART À L'EXPORT	EFFECTIF	CA 2016	CAGR CA 2013-2016
Ile-de-France	**34%**	**17**	**9 M€**	**21%**

www.embryolisse.com

NAZOURA CASSAM-CHENAI
DIRECTRICE GÉNÉRALE
REPRISE EN 1998

Titulaire d'un diplôme d'une école de commerce, Nazoura Cassam-Chenai travaille pendant 11 ans dans une entreprise suisse-allemande de négoce de pierres précieuses qui la conduit rapidement à prendre la direction du département perles de culture. Forte d'une expérience qui lui a appris la rigueur de la gestion d'une entreprise, elle rachète en 1998 Embryolisse, créée en 1950. En 2004, elle est rejointe par son mari qui dirigeait jusque-là le laboratoire Medix (Biafine)

Créée dans les années 50 par un dermatologue parisien, l'entreprise connait ses heures de gloire dans les années 70, travaillant les formules de 15 produits distribués dans les réseaux de pharmacie. Quand elle rachète l'entreprise, qui connait alors des difficultés, Nazoura Cassam-Chenai est convaincue du potentiel de la marque. Elle travaille son repositionnement stratégique, notamment par l'identification de produits susceptibles de connaître une seconde jeunesse. Dans la foulée, elle crée le diagnostic de peau qui lui permet d'animer une base rassemblant 100.000 clients, avec lesquels elle noue une relation de proximité.

La renaissance des laboratoires Embryolisse repose sur un choix commercial, une quarantaine de crèmes de soin aux formules simples et élaborées sous contrôle pharmaceutique, un marketing audacieux qui respecte l'ADN et la philosophie du créateur ainsi qu'une grande proximité avec ses clients. Mais sa force réside surtout dans son image de marque auprès des maquilleurs professionnels, avec un produit phare qui les accompagne quotidiennement dans leur métier : le Lait-Crème Concentré. Embryolisse a notamment recruté en 2016 un maquilleur expert skincare, Olivier Tissot, afin de capitaliser et d'élargir encore cette reconnaissance.

Embryolisse enregistre de très belles progressions de ses ventes sur ses deux marchés historiques à l'export, les Etats-Unis et le Japon, et poursuit son développement à l'international au travers d'un réseau de distributeurs. L'entreprise est ainsi entrée sur de nouveaux marchés en 2017 : la Grèce, Dubaï et surtout la Chine, gros apporteur de volumes. En 2018, l'entreprise veut renforcer sa position dans l'Empire du Milieu (actuellement seulement deux produits référencés) et conquérir l'Inde.

La pharmacie, canal de distribution historique en France qui représente près de 60% du chiffre d'affaires d'Embryolisse, est aussi en forte croissance avec une hausse du nombre de points de vente passé de 500 à 700 points en 2017. La marque a également élargi cette année son référencement dans les rayons des Monoprix et des Parashop, a signé des accords de distribution avec les enseignes de parapharmacie de Carrefour et Auchan.

En cohérence avec son positionnement stratégique, la société a fait par ailleurs le choix de fabriquer ses produits et ses packagings, tous recyclables, exclusivement en France et en Europe, lui permettant de maîtriser au mieux ses enjeux de qualité.

Les Whiskies du Monde

Distribution de spiritueux

Spécialisés dans la distribution de spiritueux nobles provenant des quatre coins du monde, Whiskies du Monde se sont développés à la faveur notamment de l'engouement mondial pour les whiskies japonais, que les enfants du fondateur sont allés sourcer auprès de producteurs artisanaux. L'entreprise familiale fondée par Alain Pontoizeau, ancien directeur des ventes France d'une grande maison de Cognac, connait alors un rapide développement, avec une croissance moyenne de son chiffre d'affaires à près de 60% par an depuis 2012, accélérée encore en 2016 pour atteindre 14 millions d'euros. Florence Oliet-Pontoizeau a désormais l'ambition de développer ses propres marques de spiritueux, en s'appuyant sur une équipe marketing renforcée. Le succès d'un premier test avec la marque Yushan, un whisky dédié à la grande distribution lancé cette année, la conforte dans cette voie.

SIÈGE SOCIAL	PART À L'EXPORT	EFFECTIF	CA 2016	CA2016/2015
Nouvelle-Aquitaine	**26,4%**	**34**	**14 M€**	**72%**

www.leswhiskiesdumonde.fr

FLORENCE OLIET-PONTOIZEAU
DIRECTRICE GÉNÉRALE
TRANSMISSION FAMILIALE

Après une première expérience de directrice des ventes en pharmacie chez SVR, Florence Oliet-Pontoizeau, titulaire d'une licence de commerce et marketing, rejoint en 2010 en tant que directrice commerciale, Whiskies du Monde, l'entreprise familiale de distribution de whiskies, créée par son père Alain Pontoizeau en 1999. Quatre ans plus tard, elle prend, avec son frère Arnaud, la direction de l'entreprise.

Whiskies du Monde vient contrarier quelques idées reçues sur les zones de production et de consommation des whiskies, le développement de l'entreprise surfant en effet sur la rencontre entre la France, premier consommateur au monde (140 millions de litres par an) et le Japon, 4ème producteur mondial, « l'autre pays du whisky ». Constatant l'intérêt émergent des consommateurs pour des whiskies aux provenances moins attendues, Florence et Arnaud ont tout misé sur ce nouveau créneau qui a largement contribué au retournement de l'entreprise, alors que celle-ci présentait des capitaux propres négatifs à leur arrivée. Réussissant le tour de force de négocier une exclusivité de distribution en France et des accords de sous-distribution en Europe, ils démarrent cette nouvelle stratégie avec 600 bouteilles en 2010 ... pour atteindre les 20% de parts de marché sur ce segment dès 2015. Les whiskies japonais âgés, initialement destinés à une clientèle internationale, ont connu une soudaine passion domestique à la suite de la diffusion d'une série intitulée Massan, inspirée de la vie du couple mythique formé par Masataka Taketsuru, et de son épouse écossaise, Jessie Roberta «Rita» Cowan, fondateurs des premières distilleries de whisky au Japon dans les années 1920. Le large succès populaire rencontré par la série fait peser une menace de rupture de stock mondiale, rendant d'autant plus opportuns les accords de distribution signés alors avec les distilleries japonaises artisanales.

Attentifs aux désirs des consommateurs, la jeune équipe a progressivement élargi son offre aux rhums, vodkas, portos et sakés, pour 35% de son CA, portant son catalogue à 200 références de spiritueux et son stock à 400.000 bouteilles. En appui sur l'expertise et les réseaux durablement constitués du fondateur de l'entreprise, une stratégie de distribution a été structurée, tant à destination de grands comptes comme Metro, que d'enseignes de distribution directe. Avec plus de 2.000 clients professionnels composés de grossistes, cavistes, épiceries fines, restaurants, les Whiskies du Monde mettent l'accent sur la fidélisation de leurs clients pour lesquels des sélections pertinentes sont assemblées et se dotent d'un service marketing chargé de construire un imaginaire autour de leurs produits.

La nécessaire structuration de l'entreprise du fait de sa forte croissance s'accompagne d'une attention à la mobilisation et à la rétention des talents au travers notamment d'une politique d'intéressement mise en place de façon volontaire par les dirigeants, en amont des seuils légaux. La mise en place d'un plan de participation est également envisagée.

ESTIPHARM

Conception et distribution de produits d'hygiène et de beauté

Estipharm est une entreprise toulousaine spécialisée dans la conception et la distribution de produits d'hygiène et de beauté, reconnue pour sa capacité d'innovation. Proposant une gamme complète et attractive destinée à la clientèle des officines et des parapharmacies, elle se distingue par une importante dynamique de son portefeuille de produits et de marques propres allant des produits de beauté aux lunettes de soleil en passant par les articles de puériculture ou le maquillage, ainsi qu'une forte flexibilité logistique. L'entreprise qui dispose de 45 salariés fournit plus de 10 000 officines et parapharmacies implantées en France métropolitaine et sur les DOM-TOM, s'appuyant sur un réseau commercial de 26 délégués et plusieurs distributeurs à l'étranger. Réalisant un chiffre d'affaires de 7 millions d'euros en 2016, l'entreprise anticipe une croissance annuelle supérieure à 15% pour les années à venir.

SIÈGE SOCIAL	MARCHÉ	EFFECTIF	CA 2016	CA 2016/2015
Occitanie	**International**	**45**	**7,2 M€**	**15%**

www.estipharm.com

NATHALIE PERIN ET
ELISABETH PERIN
DIRECTRICE GÉNÉRALE
NOMINATION EN 2002

Diplômée de l'INSEEC, Nathalie Perin rejoint l'entreprise familiale à l'issue de ses études en 1998. Elle occupe de nombreux postes au sein du service marketing et communication, aux achats, et enfin comme responsable Grands-Comptes avant de succéder à son père comme directrice générale de l'entreprise en 2002.

Fondée en 1976 et initialement distributeur d'accessoires de beauté sur le marché régional des pharmacies, la société familiale se met à développer ses propres marques à la fin des années 80, en débutant par les accessoires manucure et pédicure sous la marque Estipharm, diversifiant par la suite son offre aux eaux de Cologne (Tolosane), aux préservatifs (Saintex), aux accessoires pour bébé (Petipouce) et enfin au maquillage (Calysia). L'entreprise se développant et ayant besoin de renforcer ses fonctions marketing et commerciales, Nathalie rejoint l'entreprise familiale en 1998, et accélère alors le développement des gammes de produits propres, lançant une offre dans le domaine des produits de bains et toilette, une gamme de lunettes de soleil et loupes de lecture, ainsi que Le Pastillage Officinal en 2006, une marque de confiserie.

Attentive à l'évolution du métier de la pharmacie, Estipharm développe pour ses clients une offre répondant aux nouvelles attentes des consommateurs (développement de l'offre de produits bio, sans sucres, sans gluten, pour la marque Le Pastillage Officinal), tout en leur permettant de compenser la chute des marges de leur activité traditionnelle par le développement de la parapharmacie. Elle contribue en outre à l'amélioration de la satisfaction de ses clients en fournissant un conseil accru, des suivis d'indicateurs clés permettant d'accroitre la performance de sa catégorie de produits.

L'entreprise fait fond sur sa réactivité et sa flexibilité : bénéficiant d'une logistique intégrée, d'une gestion de la relation client digitalisée, d'une capacité à fabriquer des références sur-mesure (personnalisation de produits), et en proposant des renouvellements de gamme plusieurs fois dans l'année, travaillant sur une PLV valorisante, elle s'est imposée comme l'un des acteurs de référence sur le marché.

Pour accélérer sa croissance, Estipharm a lancé en 2017 un site de vente en ligne réservé aux professionnels (1 500 références de produits) et projette de développer en 2018 des marques MDD pour les enseignes de groupements de pharmaciens. L'entreprise espère ainsi accroître le nombre de ses clients à 12.000 et atteindre les 10 millions d'euros de chiffre d'affaires d'ici deux ans.

BlueReg

Société de conseil pour l'industrie pharmaceutique

BlueReg est une société de conseil pour l'industrie pharmaceutique, basée à Sophia Antipolis, avec des bureaux à Paris et à Londres. Dans un contexte où les laboratoires doivent intégrer une réglementation de plus en plus exigeante pour développer, enregistrer et commercialiser leurs produits, BlueReg fournit un accompagnement stratégique et opérationnel sur-mesure à ses clients. Grâce à une équipe composée d'ingénieurs, de pharmaciens et de doctorants, la société dispose aujourd'hui d'une offre multi-services adaptée aussi bien aux start-ups de biotechnologie, du développement jusqu'à la commercialisation, qu'aux pics d'activité de big pharma. 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. A ce jour, l'entreprise a accompagné une centaine de laboratoires pharmaceutiques. En forte croissance depuis sa création, la société entend accélérer son développement par l'ouverture d'une filiale à New York en 2017 et l'embauche de nouveaux collaborateurs.

SIÈGE SOCIAL	PART À L'EXPORT	EFFECTIF	CA 2016	CA2016/2015
PACA	**20%**	**40**	**6,2 M€**	**107%**

www.bluereg-group.com

CORINNE SCHMITZ
PRÉSIDENTE
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. Mue par l'envie d'entreprendre, elle décide en octobre 2011 de créer sa propre société de conseil auprès des laboratoires pharmaceutiques.

BlueReg se développe dans un contexte très favorable, où l'industrie pharmaceutique recherche des partenaires afin d'optimiser et sous-traiter notamment sur des métiers intellectuels et stratégiques. Face à la concurrence des grosses CRO (sociétés de recherche sous contrat) proposant des services étendus comme la conduite d'études et d'essais cliniques, l'entreprise se démarque par sa volonté de rester fidèle à son cœur de métier : l'expertise et le conseil. Elle a ainsi développé un portefeuille de clients fidèles lui assurant une récurrence de chiffre d'affaires, en France et à l'international.

Le groupe BlueReg a démarré ses activités via sa société BlueReg France qui accompagne les laboratoires souhaitant s'implanter sur le territoire en leur proposant des services variés (veille réglementaire, demande d'autorisations, etc.), accélérant leur installation et la commercialisation de leurs produits. Il poursuit son développement par la création de BlueReg Europe, support des phases de développement de médicaments et de leur mise sur marché sur le territoire européen. Très vite, le groupe enrichit sa gamme de services et crée Pharma Blue en 2015. Etablissement pharmaceutique exploitant autorisé par l'ANSM, il permet à des start-ups de biotechnologie françaises ou des laboratoires étrangers de distribuer leurs médicaments innovants à certains centres hospitaliers, dans le cadre d'autorisations temporaires d'utilisation délivrées par l'ANSM. Pharma Blue facilite ainsi pour des patients souffrant de maladies rares ou graves, l'obtention de médicaments innovants. Très porteuse, avec un CA de 2 M€ cette année, l'activité est destinée à se développer significativement.

Après un développement très rapide sur le marché français et européen, BlueReg lance en 2017 une implantation aux Etats-Unis, afin d'y faire connaître le groupe, et accompagne d'ores et déjà des laboratoires européens dans le respect des règles établies par la FDA. La dirigeante projette pour l'avenir d'accélérer l'implantation internationale, notamment par une ouverture vers le marché asiatique, et se fixe pour l'année 2020 de devenir la porte d'entrée du marché européen pour les laboratoires américains, notamment par une offre d'enregistrement en early access de leurs médicaments, et de support de maintenance de ces produits sur les territoires.

Horus Pharma

Laboratoire spécialisé en ophtalmologie

Fondé en 2003 par Martine et Claude Claret, Horus Pharma est un laboratoire indépendant spécialisé en ophtalmologie. Dans un secteur concurrentiel dominé par des multinationales, le laboratoire connaît une croissance continue à deux chiffres depuis sa création, tout en préservant son ancrage familial. La croissance de la société devrait s'accélérer dans les cinq prochaines années sous l'influence de trois facteurs : le lancement de spécialités novatrices issues de sa R&D, son internationalisation et la déclinaison de sa technologie « sans conservateur » en dermatologie. Parallèlement, l'accroissement de la visibilité et du savoir-faire du laboratoire en Europe a un effet « booster » en termes de partenariats commerciaux et de recherche.

Applied innovation for eye Care

La culture du sans conservateur au cœur de la dynamique d'innovation du laboratoire

SIÈGE SOCIAL	MARCHÉ	EFFECTIF	CA 2016	CA 2016/2015
PACA	**International**	**145**	**39,2 M€**	**22%**

www.horus-pharma.com

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.

S'appuyant sur la R&D et le Business Development, la Direction d'Horus Pharma a pour objectif prioritaire d'apporter aux praticiens les solutions les plus novatrices pour couvrir le spectre de leurs besoins médicaux, chirurgicaux, péri-chirurgicaux ou leurs diagnostics. Cet engagement d'origine se traduit depuis le lancement de la société par un investissement pérenne de 10% de son chiffre d'affaires couplé à la mise en place d'un large réseau de partenariats « public-privé ». Cette politique, basée sur une expertise en matière de biopharmacie et d'industrialisation, débouche actuellement à la mise sur le marché de formules brevetées et totalement novatrices en ophtalmologie, telle qu'un flacon multidose sans conservateur de nouvelle génération, et au lancement d'une gamme complète de produits stériles et dénués de tout conservateur en dermatologie.

Les partenariats engagés ces dernières années permettront à Horus Pharma de commercialiser dès 2018 des produits à la pointe de la technologie médicale, dont en particulier ENDORET (PRGF), un kit visant à permettre l'application de facteurs de croissance utilisés pour la régénération des tissus, VISIO AMTRIX, des membranes amniotiques destinées aux réparations des défauts de la cornée, et ILUVIEN, un implant corticoïde pour le traitement de la rétinopathie diabétique.

Au-delà de son marché national, Horus Pharma veut s'imposer comme un acteur de référence en Europe en ayant une politique volontariste d'implantation de filiales. Après la Belgique et l'Espagne en 2015, en forte progression, le lancement d'Horus Netherlands en fin d'année s'inscrit dans cette démarche. L'internationalisation, au-delà de sa contribution à la croissance du groupe, est un enjeu stratégique majeur dans un contexte de durcissement des politiques de remboursement des médicaments et dispositifs médicaux en France. La diversification vers une dermatologie « hors remboursement » répond aussi à ce désir de sécurisation et de croissance de la société à moyen terme.

Un objectif de doublement du chiffre d'affaires à horizon cinq ans, l'augmentation constante du nombre de collaborateurs et l'internationalisation de la société engendrent un besoin de structuration important. En particulier, les efforts d'intégration sont une priorité pour préserver la culture de l'entreprise. La mise en avant nécessaire de la performance et de l'agilité doit être contrebalancée par les valeurs intrinsèques de l'entreprise, dont la pérennité et l'engagement sociétal qui sont des éléments fondateurs. A ce titre, Horus Pharma s'est vu décerner le trophée Women Equity de la performance RSE en 2016.

Voisin Consulting

Conseil réglementaire aux entreprises du secteur de la santé

Créé en 1997 par Emmanuelle Voisin, Voisin Consulting Life Sciences (VCLS) est un cabinet de conseil indépendant spécialisé dans l'accompagnement réglementaire des sociétés de biotechnologie, de medtech et des laboratoires pharmaceutiques dans la définition et la mise en œuvre de leurs stratégies de développement et de commercialisation de produits. L'entreprise réalise près de 20 millions d'euros de chiffre d'affaires pour 200 clients et 120 salariés répartis dans huit bureaux entre l'Amérique du Nord, l'Europe et l'Asie du Sud-Est.

SIÈGE SOCIAL	MARCHÉ	EFFECTIF	CA 2016	CAGR CA 2013 - 2016
Ile -de-France	**International**	**120**	**19,2 M€**	**25%**

www.voisinconsulting.com

EMMANUELLE VOISIN
GÉRANTE
CRÉATION EN 1997

Docteure en pharmacologie passée par l'INSERM et le prestigieux National Institute of Mental Health aux États-Unis, Emmanuelle Voisin est l'une des rares Françaises à avoir travaillé à l'agence sanitaire américaine, la FDA, où elle était chargée de l'examen des demandes pour de nouvelles thérapies contre le sida. Elle a ensuite pris la responsabilité de la R&D américaine du laboratoire Besins, avant de rejoindre en 1992 Quintiles, leader mondial de la recherche clinique au service des big pharmas, qu'elle implante en Europe du Sud (Italie, Espagne et Portugal).

Dotée d'une expertise unique sur la réglementation des médicaments, Emmanuelle Voisin a su déceler très vite le potentiel des biotechs, ces start-ups émergentes dans les années 1990, dont les biomédicaments révolutionnent aujourd'hui le secteur de la pharmacie. Ce sont les rencontres avec ces dirigeants et leur besoin d'accompagnement spécifique qui la pousse à créer VCLS en 1997 : un cabinet de conseil spécialisé dans le développement de technologies médicales innovantes (traitement contre les maladies rares, dont l'un a apporté la rémission aux enfants atteints de leucémies, thérapies cellulaires et géniques…).

VCLS intervient ainsi sur le cycle de vie du développement produit de ses clients, allant de la définition et de la mise en œuvre de la stratégie de développement, incluant les développements précliniques, les différents stades du développement clinique, les problématiques d'enregistrement, la préparation du lancement et la gestion du cycle de vie des produits. Pour ce faire, la société dispose d'experts dans la définition et la mise en oeuvre des essais cliniques, de spécialistes des sujets de pharmacovigilance. Elle intervient sur la définition et la mise en œuvre des processus de production, prend en charge les interactions avec les autorités sanitaires et les processus d'enregistrement, ainsi que les organismes de remboursement. En 2014 VCLS se voit décerner le TOPRA Award for Regulatory Excellence qui récompense l'excellence de son accompagnement du cycle de développement d'un médicament.

La globalisation du secteur a amené la société à rapidement se développer sur les trois continents, ouvrant en 2004 un premier bureau en Suisse, s'implantant sur le marché américain à Cambridge en 2005, en Inde en 2007, sur la côte ouest des Etats-Unis en décembre 2014. Pour renforcer ses capacités sur les sujets réglementaires, elle acquiert par ailleurs RRG en Angleterre en 2013, et B&H Consulting Services sur le marché américain en octobre 2015. En 2016 la société annonce par ailleurs un partenariat avec iQone Healthcare, une société de services suisse spécialisée dans la prestation de services de commercialisation de médicaments de laboratoires asiatiques ou américains sur le marché européen. Outre la globalisation du marché, l'interdépendance croissante entre technologie et santé ouvrent des problématiques nouvelles qui devraient représenter pour l'avenir un important relais de croissance pour l'entreprise.

Valeur et Capital

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

Valeur et Capital est un groupe lyonnais indépendant de gestion de patrimoine et de gestion immobilière créé il y a 32 ans par ses dirigeants. Disposant d'une palette d'activités parmi les plus larges du marché, l'entreprise développe quatre pôles métiers que sont la gestion privée, l'immobilier de placement, le courtage en crédit et l'administration de biens qui lui permettent de couvrir, au travers de ses 410 collaborateurs répartis sur 26 agences, les besoins de près de 40 000 clients investisseurs. L'entreprise a généré en 2016 un chiffre d'affaires de près de 68 millions d'euros, et anticipe une croissance de l'ordre de 16% sur 2017, tirée notamment par un maillage accru du territoire : entre 2016 et 2017, la société a procédé à l'ouverture de cinq nouvelles agences (Bayonne, Vélizy, Montpellier, Tours et Amiens).

SIÈGE SOCIAL	MARCHÉ	EFFECTIF	CA 2016	CAGR CA 2013 – 2016
Auvergne-Rhône-Alpes	**National**	**335**	**67,7 M€**	**40 %**

www.valeur-et-capital.com

DORA D'AMBROSIO
PRÉSIDENTE
CRÉATION EN 1985

Dora d'Ambrosio débute sa carrière dans l'immobilier en 1981. Elle travaille aux côtés de Jacques Ribourel, au sein du groupe éponyme spécialisé dans l'immobilier de loisirs. En 1984, 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 acquiert la filiale lyonnaise à la Générale des Eaux. Elle dirige depuis le groupe Valeur et Capital.

Avec l'objectif depuis sa fondation de démocratiser la notion de patrimoine et contribuer à en faciliter la constitution, et dans un environnement concurrentiel composé d'acteurs indépendants spécialisés et de groupes bancaires généralistes, l'entreprise dirigée par Dora d'Ambrosio a développé au fil des années un large spectre d'activités couvrant l'ensemble des besoins patrimoniaux et immobiliers de ses clients. Cette approche lui a permis de construire avec eux des relations de long terme et de nourrir ainsi la croissance de ses activités ; au fil des ans, Valeur et capital a ainsi développé par croissance organique ses quatre principaux pôles d'activité. L'immobilier de placement, qui regroupe aujourd'hui d'une part une activité de commercialisation de produits immobiliers défiscalisant (Valority Investissement) créée en 1997 rassemblant 220 collaborateurs, et d'autre part une activité de conseil en acquisition de biens immobiliers neufs sur toute la France, a connu un développement significatif et représente le premier pôle d'activité du groupe, bien que dépendant de l'évolution de la fiscalité immobilière. L'un de facteurs clés de succès de l'activité réside dans la sélection d'opportunités exclusives auprès de grands promoteurs et partenaires privilégiés permettant le développement de solutions sur mesure à destination de la clientèle.

L'administration de biens regroupe une activité de gestion locative (gestion, location, syndic) de plus de 5000 logements gérés en résidence classique (Pure Gestion), ainsi qu'une activité de service locatif à forte valeur ajoutée de près de 2500 logements étudiants (Les Belles Années). Au cours des dernières années, le groupe a connu un rapide développement de cette activité, ouvrant ainsi chaque année de 3 à 5 nouvelles implantations : Toulouse, Lille, Orléans en 2014, Mulhouse, Rennes et Marseille en 2015, quatre résidences sur Lyon et Montpellier en 2016, quatre nouvelles résidences étant ouvertes en 2017 à Lyon, Toulouse, Bordeaux et Rennes. D'ici 2020, ce seront plus de sept résidences qui seront développées en région parisienne, témoignant de la forte dynamique du marché.

Afin de se protéger de la concurrence bancaire traditionnelle lors des phases de financement d'acquisition de biens, Valeur et Capital a développé une activité de courtage en crédit (Optiméa Crédit) dédiée à ses clients investisseurs, qui représentait en 2016 plus de 150 millions d'euros de financement.

Enfin, bénéficiant d'une forte connaissance de ses clients acquise au fil des années, Valeur et Capital complète son offre par une activité de gestion privée (Valofi) qui dispose d'environ une centaine de millions d'actifs sous gestion, et d'un important potentiel de développement auprès de la clientèle du groupe.

BARJANE

Aménageur, développeur et gestionnaire de parcs logistiques et de bâtiments industriels et commerciaux

Aménageur, développeur et gestionnaire, BARJANE est présent sur les quatre principaux marchés de l'immobilier : industrie/logistique, commerce, bureaux et résidentiel, avec une dominante industrielle et logistique. Depuis 2010, le groupe est également producteur d'électricité photovoltaïque.

Certifiée ISO 14 001 sur l'ensemble de ses métiers, l'entreprise offre un service à forte valeur ajoutée aux collectivités et aux entreprises. Le groupe se différencie en particulier par une attention portée aux clients utilisateurs et à la qualité de l'environnement de travail, et une prise en compte de l'impact global de l'équipement sur le territoire, cherchant notamment à favoriser les pôles de vie et de services et les espaces communs. Lauréat de trois Grand Prix SIMI et deux Prix de l'innovation au SITL, BARJANE, gestionnaire de près de 400.000 m² de bâtiments, est aujourd'hui reconnue comme un acteur d'envergure du secteur, développeur d'actifs immobiliers de haute qualité environnementale, architecturale et paysagère. La société connaît une croissance remarquable, avec un doublement de sa taille en 2 ans à plus de 30 M€ de CA à horizon 2017.

SIÈGE SOCIAL	MARCHÉ	EFFECTIF	CA 2016	CA 2016/2015
PACA	**International**	**33**	**23,9 M€**	**54%**

www.barjane.com

JULIE BARLATIER PRIEURET
DIRECTRICE GÉNÉRALE
CRÉATION EN 2006

Ingénieur de formation, diplômée de l'Imperial College de Londres, Julie Barlatier Prieuret a débuté sa carrière en fusion-acquisition à la Société Générale. Devenue analyste financier, elle s'associe à son frère, diplômé de l'EDHEC, pour créer BARJANE en 2006. Issus d'une famille d'entrepreneurs, Julie et Léo Barlatier ont grandi dans le milieu de la logistique. Leur complémentarité professionnelle et l'approche familiale de l'activité ont constitué deux éléments moteurs de leur aventure entrepreneuriale.

Peu après sa création, BARJANE est choisi dans le cadre d'un processus d'appel d'offres pour aménager le parc des Bréguières, dans le Var. Actif phare de la société, le site accueille aujourd'hui une vingtaine d'entreprises au sein de ses 65 hectares et a été plusieurs fois primé : Prix de l'Innovation SITL en 2011, Grand Prix SIMI 2014, Label EcoVar, et Prix RSE PACA pour la gestion du parc.

Face à une concurrence majoritairement anglo-saxonne, BARJANE a décidé de se développer à l'international en s'implantant à Londres en 2014. Une première opération de développement a démarré cette année dans la région des Midlands, principale région logistique au Royaume-Uni. Quatre nouveaux chantiers en France et un à Northampton en Angleterre sont actuellement en cours, ainsi que l'installation de quatre nouvelles centrales photovoltaïques. Face à l'évolution rapide du secteur, l'entreprise a su maintenir un esprit d'innovation auquel les équipes contribuent activement, sur les plans juridiques, techniques comme financiers, attentifs notamment à demeurer à la pointe du progrès technologique (photovoltaïque, traitement alternatif des eaux pluviales, LED, etc.).

Conscients de l'impact de leur activité sur l'environnement, les dirigeants ont par ailleurs intégré très tôt les problématiques de développement durable (sentiers de la biodiversité, corridors écologiques). Labellisée LUCIE (ISO26000) depuis 2014 et adhérente au Global Compact de l'ONU, l'entreprise est attentive au maintien d'une relation équilibrée avec ses fournisseurs. Lauréate du Trophée Axa Initiatives pour la Cité 2016, BARJANE a choisi de créer sa propre Fondation d'Entreprise, pour se doter de plus de moyens encore dans son soutien aux diverses actions sportives, culturelles ou en faveur de l'environnement, menées sur ses territoires d'implantation.

Déjà titulaire du Trophée Performance Eco de l'Edition Sud Est en avril 2017, BARJANE se voit décerner le Trophée Performance RSE national par le jury Women Equity, saluant la démarche remarquable d'une PME de croissance qui a structuré son développement autour d'une politique RSE globale, embrassant progressivement l'ensemble de ses activités et élargissant les externalités positives de celles-ci. Cet engagement irrigue aujourd'hui l'ensemble des process métiers de l'entreprise et culmine avec la création cette année d'une Fondation d'Entreprise, significativement dotée sur 5 ans.

Davricourt

Conseil et recrutement pour l'industrie

Davricourt est une société de conseil et de recrutement pour l'industrie, créée en 2011 par Audrey Henriot et Charles-Henri Margnat. L'entreprise cible des missions à forte valeur ajoutée autour des métiers de la mécanique, de l'électronique embarquée, de la gestion de production et du management. Elle compte aujourd'hui près de 300 consultants sur cinq implantations à Paris, Lyon et, depuis cette année, à Lille, Tours et Belfort. Davricourt intervient sur l'ensemble du cycle de développement produit de ses clients, par la mise à disposition des compétences de ses consultants, composés à 80% d'ingénieurs. L'entreprise dispose d'un large spectre de clients industriels couvrant des secteurs diversifiés (aéronautique, automobile, énergie, ferroviaire, équipementiers et médical) et d'une stratégie originale favorisant le recrutement. L'attention portée à la qualité (certifiée ISO 9001 depuis 2014) et la démarche d'amélioration continue de ses services soutiennent la confiance de ses clients, au sein desquels d'anciens consultants jouent un rôle clé de prescripteurs. En cinq ans, Davricourt aura multiplié par 20 son CA pour atteindre près de 25 millions d'euros en 2017.

SIÈGE SOCIAL	PART À L'EXPORT	EFFECTIF	CA 2016	CA 2016/2015
Ile-de-France	**5%**	**176**	**16,9 M€**	**91%**

www.davricourt.com

AUDREY HENRIOT
DIRECTRICE ASSOCIÉE
CRÉATION EN 2011

Après une formation d'ingénieur agroalimentaire à Agrosup Dijon, Audrey Henriot débute sa carrière en 2003 comme commerciale chez un éditeur de logiciel de PLM pour prendre en charge le développement du secteur agro-alimentaire, avant de rejoindre comme responsable de business unit une société de conseil. Elle y rencontre son futur associé Charles-Henri Margnat avec qui elle lance Davricourt en 2011.

Historiquement présente dans les secteurs automobile, aéronautique, énergie ou ferroviaire auprès de grands comptes tels que Plastic Omnium, Faurecia, Delphi, Zodiac, Daher, Faiveley, l'entreprise s'est développée par extension de ses domaines de compétences et élargissement à de nouveaux secteurs tels que la domotique et les énergies renouvelables.

Si l'entreprise s'appuie sur une stratégie de développement par agence afin d'assurer une relation de proximité avec ses clients et ses consultants, son organisation lui permet également d'accompagner les projets internationaux, non seulement en Allemagne, en Europe de l'Est ou en Russie, mais également en Chine et au Brésil, ou encore au Canada. En complément de son offre, et pour répondre aux besoins d'expertise de niche de ses clients, Davricourt a récemment lancé une plateforme mettant à disposition des profils d'experts indépendants externes à l'entreprise.

Sur un secteur fortement concurrentiel, la société se démarque par une forte attention au bien-être et à la satisfaction de ses collaborateurs : la société s'engage sur une charte du respect du bien-être salarial, dispose de son propre réseau social (Talkspirit), propose des activités de proximité pour faciliter la cohésion d'équipe, met en place des relais sur site client via des référents site. Une association des anciens, l'AADC, a même été créée afin d'animer le lien avec ses anciens consultants et de formaliser le réseau Davricourt qui concoure à son développement : 40% de ses recrutements sont réalisés par voie de cooptation.

A+ Energies

Installateur de systèmes d'économie d'énergie

Créée en 2010, A+ Energies est spécialisée dans la mise en place de solutions d'économie d'énergie chez les particuliers et les professionnels. Leader des énergies vertes dans le Sud de la France (PACA et Occitanie), l'entreprise se spécialise dans l'installation et la maintenance de l'ensemble des équipements concourant à l'amélioration de la performance énergétique de l'habitat au travers d'une offre large comprenant isolation, énergie solaire, pompe à chaleur, domotique énergétique. En sept ans, l'entreprise dirigée par Mélissa Kaestler et Damien Teissier est passée de 0 à près de 100 collaborateurs, réalise près de 70 installations par mois et un chiffre d'affaires en progression constante, qui devrait doubler en 2017 pour dépasser 10 millions d'euros.

SIÈGE SOCIAL	MARCHÉ	EFFECTIF	CA 2016	CA 2016/2015
Occitanie	**National**	**68**	**5 M€**	**32%**

www.aplusenergies.fr

MÉLISSA KAESTLER
DIRECTRICE GÉNÉRALE
CRÉATION EN 2010

A la suite d'un DUT technique de commercialisation et d'une licence de chinois, Mélissa Kaestler, alors âgée de 21 ans, part en Chine identifier les fournisseurs de panneaux solaires pour le compte d'un industriel français. Elle y développe sa connaissance du secteur et revient en France pour prendre en charge le recrutement et la formation des commerciaux de l'entreprise qui déploie une activité d'installation de panneaux solaires chez les particuliers. Elle rencontre à cette occasion Damien Teissier, aujourd'hui son mari, avec qui elle cofonde A+ Energies.

Mélissa Kaestler et Damien Teissier, commerciaux dans le domaine de l'installation de systèmes d'économie d'énergie, créent A+ Energies en 2010, sous la forme initiale d'une filiale pour le compte de l'entreprise qui les emploie. Dès la première année, celle-ci réalise un million d'euros de chiffre d'affaires et devient rapidement la première agence du réseau national. Les deux dirigeants reprennent la société qui devient indépendante alors que le marché se trouve bouleversé par le déferlement de produits solaires à très bas coût en provenance de Chine. A+ Energies parvient à s'imposer grâce à l'attention portée à la qualité des installations qu'elle réalise, et à un service client irréprochable que facilite une implantation de proximité : sensibilisation, conseil, personnalisation, financement, installation et suivi de satisfaction, l'entreprise travaille avec attention chacun des points clés de son activité. Une approche originale qui constitue un atout majeur alors que le secteur souffre de la défiance des consommateurs face aux malfaçons, aux ventes abusives, aux installations non conformes et à la faible productivité de nombreux panneaux.

Pourtant le discours de vente est ambitieux : réduire de moitié la facture énergétique. Les packs (panneaux, ballon thermodynamique et domotique) valent en moyenne 15.000 euros ; ils sont vendus en crédit consommation avec des partenaires (Cetelem, Domofinance), dans une logique d'autofinancement et d'économie de l'ordre de plusieurs milliers d'euros par an pour le client. A+ Energies revendique plus de 3.000 clients installés, dont 80% de particuliers et 20% de professionnels. Un segment sur lequel elle compte monter en puissance car plus rémunérateur, grâce à un service dédié nouvellement créé.

L'entreprise a ouvert cette année trois nouvelles agences, portant à huit le nombre de succursales locales, composées chacune d'un directeur et de sept commerciaux. Initialement située dans le Gard et l'Hérault, la société a élargi sa zone commerciale à la région Paca et à Limoges, avec Paris en ligne de mire d'ici à fin 2018. A+ Energies a conclu un partenariat avec la start-up lyonnaise Inovia, installateur de toitures solaires depuis 2013, avec l'ambition de devenir le premier réseau en autoconsommation énergétique de France. Un projet d'école de vente est imaginé, capitalisant sur les compétences techniques et commerciales des deux entreprises, afin de soutenir le déploiement de l'offre au niveau national.

En deux ans, l'effectif d'A+ Energies est passé de 45 à près d'une centaine de salariés. Du service technique au centre d'appels de téléprospection, en passant par l'administration et les RH, toutes les compétences de l'entreprise sont internalisées au siège à Montpellier. Donnant sa chance à qui souhaite la saisir, Mélissa Kaestler a à cœur de conserver l'esprit de convivialité et de transparence qui caractérise cette entreprise familiale.

Valoris Développement

Franchiseur du réseau d'agences d'emploi Temporis

Créé en 2000 par Laurence Pottier Caudron, Temporis est le premier réseau national d'agences d'emploi en franchise. L'année 2017 a été marquée par une augmentation de 20% de son chiffre d'affaires, soit deux fois plus que le marché intérimaire global, pour atteindre 357 millions d'euros. Avec plus de 150 agences, une centaine de franchisés indépendants, 8.000 clients intérimaires délégués chaque jour dans 4.000 entreprises clientes, Temporis se classe dans le top 10 des entreprises d'intérim en France. En 2017, l'entreprise s'est vue décerner le Prix d'honneur « Performance Réseau » remis par Franchise Management lors du salon Franchise Expo Paris (suite au score historique de 75 % à l'audit de Franchise Management, meilleur audit depuis leur création il y 30 ans), reconnaître la meilleure relation clients de la profession selon l'Institut BVA (intérimaires comme entreprises) et obtient le Grand Prix des Entreprises de Croissance, au sein des entreprises de services (catégorie de plus de 100 millions d'euros de CA). Par ailleurs, le magazine Capital a classé Temporis dans le TOP 3 des meilleures enseignes de travail temporaire en novembre 2017. Le même mois, l'enseigne apparaissait dans le classement des meilleurs cabinets de recrutement de France du journal Les Echos, à la sixième place.

SIÈGE SOCIAL	MARCHÉ	EFFECTIF	CA 2016	CA 2016/2015
Occitanie	**National**	**31**	**7,7 M€**	**17%**

www.temporis.fr

LAURENCE POTTIER CAUDRON
PRÉSIDENTE
CRÉATION EN 2000

Après avoir décroché son diplôme d'études supérieures commerciales, et démarré sa carrière au sein de grands groupes du retail, Laurence Pottier Caudron prend, en 1995, la direction d'une agence d'intérim du groupe Adecco dont le succès la mènera, cinq ans plus tard à la tête de la région Midi-Pyrénées. Elle décide alors de construire son propre réseau, à partir de la création d'une agence pilote à Brive-la-Gaillarde. En juillet 2017, Temporis franchit la barre symbolique de 10.000 clients intérimaires délégués par ses franchisés.

Avant la création du réseau Temporis, le marché se répartissait entre grands réseaux succursalistes et indépendants isolés. Le réseau Temporis a ainsi su s'imposer en proposant une nouvelle manière de concevoir l'intérim et le recrutement, grâce au modèle de franchise : les moyens des grands groupes associés à l'agilité d'entrepreneurs indépendants, très impliqués localement. Une attention particulière est portée au recrutement, au suivi et à l'accompagnement constant de ses intérimaires, notamment au travers d'outils de communication et marketing dédiés. Ils sont considérés comme des clients, au même titre que les entreprises servies. Les franchisés, quant à eux, sont soutenus dans le développement de leurs agences tout au long du contrat de franchise au travers d'une large palette de services (développement, informatique, juridique, logiciels, logistique/achats, communication/Web, relations presse, RH/Formation, animation, contrôle de gestion, accords cadre, finance, qualité, etc.), apportent leurs retours d'expertise terrain au travers de différents comités qui contribuent à animer la vie du réseau.

Laurence Pottier Caudron demeure pionnière dans son métier. Son avance prise sur ses concurrents lui permet de mieux s'adapter aux évolutions des métiers, aux nouveaux modes de travail et de rémunérations, et notamment à destination des jeunes générations.

La société prévoit de se développer en structurant son offre par pôles de compétences. Après le test d'une agence spécialisée dans la santé à Toulouse, 2018 sera l'année du lancement officiel de Temporis Spécialités dans Paris intramuros (agences d'emploi spécialisées dans des secteurs spécifiques tels que la mode, le luxe, l'hôtellerie-restauration, la banque, les assurances). Elle mise également sur le développement des outils technologiques, s'appuyant sur un comité de veille digitale, travaillant à développer des plateformes interactives sur le cloud, et une application d'offres d'emploi géolocalisée développée en interne a été lancée officiellement cette année. Intégrant les codes d'une communication digitale décalée, elle a lancé la première web-série sur le travail temporaire et le recrutement « Mes Pires Entretiens », avec les acteurs Julien Pestel et Romain Lancry, comptabilisant déjà 5 millions de vues. L'épisode le plus populaire sera décliné en spot TV.

L'évolution de la structure du marché du travail et les axes stratégiques poursuivis par sa dirigeante ouvrent des belles perspectives de croissance pour les prochaines années, s'appuyant bien sûr sur l'ouverture de nouvelles agences et nouveaux points d'accueil, mais aussi sur le développement des concepts Temporis Santé et Temporis Spécialités.

Partenor Group

Conseil en innovation technologique et managériale

Partenor est un acteur indépendant du conseil en innovation managériale et technologique. Il collabore avec les entreprises pour les guider dans toutes les étapes de leur transformation, de l'émergence de l'idée de transformation à sa réalisation. Forte d'une longue expérience d'ingénieur et de DSI dans de grandes entreprises industrielles (Matra, Schlumberger, Groupe Générale des Eaux, Total), Ghislaine Palloix crée son cabinet au début des années 1990 avec une ambition précurseur : faciliter la transformation des entreprises, en reliant les mondes de l'informatique et des métiers au sein des organisations. En cinq ans, Partenor a plus que doublé ses effectifs et son chiffre d'affaires qui devrait dépasser les 68 millions d'euros en 2017.

SIÈGE SOCIAL	MARCHÉ	EFFECTIF	CA 2016	CA 2016/2015
Ile-de-France	**National**	**460**	**62 M€**	**16%**

www.partenorgroup.com

LUDIVINE MAIRESSE
DIRECTRICE GÉNÉRALE
NOMINATION EN 2013

Diplômée d'école d'ingénieur, Ludivine Mairesse débute sa carrière chez Europ Assistance puis devient consultante chez Altran pendant trois ans. Elle rejoint Partenor en 2007, groupe créé en 1991 par sa mère, Ghislaine Palloix. La jeune femme débute comme consultante et gravit progressivement les échelons pour prendre la direction opérationnelle de Partenor en 2013.

PartenorGroup s'organise autour de trois branches métiers couvrant un large spectre d'expertises liées à la transformation des entreprises : le conseil en management, organisation et conduite du changement pour réussir les transformations organisationnelles et managériales (SpinPart, 100 consultants), la branche conseil opérationnel et projets digitaux visant à faire du système d'information un atout stratégique (StreamPart, près de 250 collaborateurs), la branche Expertises IT, digital et réalisation qui propose un centre de service, développe des applications web et mobile et relève le challenge des technologies émergentes (HitPart, une centaine de professionnels dont une trentaine de data-scientists). Les équipes pluridisciplinaires du Groupe (constituées d'experts métiers et techniques), s'appuient sur le Hive Lab, un incubateur interne, pour être à la pointe de l'innovation et offrir des solutions d'avant-garde aux clients.

Les clients historiques de PartenorGroup sont majoritairement des grands comptes issus du secteur de l'énergie et du secteur bancaire. Afin d'accompagner leurs clients sur des domaines de plus en plus étendus et complexes, les dirigeantes ont mis en œuvre depuis 2013 une stratégie de croissance externe basée sur le rachat d'acteurs de niche, avec un double objectif : développer la présence groupe dans de nouveaux secteurs d'activité et étendre ses compétences à de nouvelles fonctions. Trexia en 2013 (compétence stratégique et organisationnelle mais aussi forte présence dans le secteur public), Coraud/CDH-IT (expertises techniques, web et mobile) et StarClay (start-up experte en Big Data) en 2014, 7M, Cité Conseil et Tectonis ont ainsi été intégrées les années suivantes.

Ces acquisitions ont permis au groupe d'élargir son portefeuille de clients aux ETI et acteurs publics. Après une pause en 2017, la chasse aux start-ups de niche, notamment spécialisées dans l'intelligence artificielle et les moyens de paiement, reprendra en 2018. Implanté en région parisienne, PartenorGroup a ouvert cette année un bureau à Lille et envisage de conquérir la Belgique. En ligne de mire : 100 millions d'euros de chiffre d'affaires et 800 collaborateurs en 2020.

Ludivine Mairesse attache une attention particulière à l'épanouissement et l'évolution personnelle de ses collaborateurs, clé selon elle de la réussite de l'entreprise. Chaque consultant bénéficie d'un suivi régulier et précis permettant d'échanger sur les missions en cours, d'anticiper l'évolution des missions et des compétences. Des formations internes sur le métier sont mises en place, des retours d'expérience sont partagés, afin d'assurer la montée en compétences et en autonomie des consultants. L'entreprise est engagée sur une politique volontaire de diversité, d'égalité stricte des salaires et affiche une forte féminisation de ses équipes (près de 50% du personnel) dans un secteur où elle fait figure d'exception.

City One

Métiers de l'accueil

City One est un prestataire de services indépendant qui emploie près de 4.800 salariés en équivalent temps plein, présent dans 15 villes de France et quatre pays dans le monde. Acteur incontournable des métiers de l'accueil, grâce à un modèle économique fondé sur la robustesse opérationnelle et l'excellence du service, le groupe a réalisé un chiffre d'affaires de 181 millions d'euros en 2016. City One travaille finement la personnalisation de ses offres clients : une relation de proximité et de transparence, créatrice de valeur, pour réaliser un accueil sur-mesure, que le taux de satisfaction des clients à 98% ne viendra pas démentir.

SIÈGE SOCIAL	MARCHÉ	EFFECTIF	CA 2016	CAGR CA 2013 – 2016
Ile-de-France	**International**	**4 800 ETP**	**181 M€**	**18%**

www.cityone.fr

SOPHIE PÉCRIAUX
PRÉSIDENTE FONDATRICE
CRÉATION EN 1991

C'est lorsque que Coca-Cola la sollicite pour un poste d'hôtesse d'accueil sur le Tour de France, en 1991, que Sophie Pécriaux, alors âgée de 23 ans, décide de créer City One. Diplômée d'un MBA, elle accepte la mission de la marque de sodas, mais cette fois, assure l'accueil des VIP sous le nom de City One, et développe un groupe de près de 200 millions d'euros de CA en 2017.

City One affiche une croissance organique à deux chiffres sur les six activités qui constituent son cœur de métier : l'accueil, l'événementiel, l'animation et la distribution pour les marques, la logistique, le travail temporaire, l'accueil aéroportuaire et ferroviaire. Ses activités s'élargissent en 2017 à la concession d'espaces via la filiale City One 111, qui a obtenu la concession du toit de la Grande Arche de la Défense, rouvert en juin 2017 après dix ans de fermeture. City One entend faire (re)connaître ce lieu d'accueil d'exception et prévoit dès lors d'y dédier des investissements significatifs, pour approcher ses cibles par différentes propositions évènementielles ou culturelles.

City One poursuit sa stratégie de développement par diversification des secteurs accompagnés et consolidation sur chacun, lui permettant année après année de construire sa croissance. La société élargit encore ses activités d'accompagnement de la mobilité sur les segments enfants et VIP, au-delà d'opérations ponctuelles (en gares et dans les aéroports, en partenariat avec Servair et Atalian pour assurer le service de l'ensemble des business lounges), ou d'animation par la distribution de la presse gratuite en national sur points clefs. Son expansion géographique se renforce avec le développement significatif des agences de Bruxelles et du Luxembourg et l'ouverture d'une agence au Maroc, à Casablanca. L'entreprise innove en permanence dans des solutions digitales pour ses clients mais également pour ses salariés, afin de garantir une efficacité de communication et de production.

City One est animée par la volonté de lier RSE et création de valeur en luttant notamment contre toute discrimination. Cet engagement s'est traduit par la signature de la Charte de la Diversité en 2006, mais également par des programmes d'insertion des personnes éloignées de l'emploi ; City One a été le premier adhérent du Groupement d'Employeurs pour l'Insertion et la Qualification professionnelle créé en 2015, avec 35 personnes en parcours la première année et 95 la seconde, dans un objectif de pérennisation du retour à l'emploi au sein des sociétés adhérentes au GEIQ. Les statuts d'un Fonds de dotation dédié à l'emploi sur les plateformes aéroportuaires en partenariat avec ADP, ont par ailleurs été déposés. La réflexion autour des bassins d'emplois difficiles (93, 95, Marseille, etc.) sur lesquels City One est implantée, s'élargit à l'accompagnement à la réussite scolaire par des associations (10 classes financées en 2016). Enfin le travail d'intégration des personnes handicapées (représentant plus de 6% des salariés en 2016) au sein du groupe est poursuivi. Tous motifs qui ont été salués par le Trophée Women Equity de la Performance RSE 2014.

Cette année encore, le Groupe City One a reçu la médaille d'argent par ECOVADIS pour sa politique RSE.

Steam'O

Facility management et exploitation immobilière

Steam'O est un acteur indépendant et innovant du secteur du facility management et de l'exploitation immobilière. Les domaines d'expertise de l'entreprise couvrent non seulement la dimension patrimoniale du bâtiment (incluant sécurité, réglementation, etc.), mais également celle d'occupation (poste de travail, confort des collaborateurs) pour une clientèle composée de grands acteurs immobiliers, de grandes entreprises et d'administrations. Steam'O a récemment développé une activité complémentaire dédiée aux travaux de rénovation tertiaire, Terti'O, ainsi qu'une activité multiservices Inviv'O Services. En 2017, l'entreprise lance une application mobile, Steam'App qui révolutionne le mode d'intervention sur site en permettant aux gestionnaires ou aux utilisateurs finaux de générer automatiquement des demandes de services ou de maintenance auprès de la société.

Dans un marché en faible croissance, dominé par de grands groupes internationaux, Steam'O affiche une croissance organique forte, qu'elle accélère encore cette année. Son chiffre d'affaires a dépassé 23 millions d'euros en 2016, en hausse de 34%.

SIÈGE SOCIAL	MARCHÉ	EFFECTIF	CA 2016	CA 2016/2015
Ile-de-France	**National**	**200**	**23,1 M€**	**34%**

www.steamo.fr

CORINNE COLSON-LAFON
PRÉSIDENTE
CRÉATION EN 2008

Corinne Colson-Lafon, diplômée de Centrale Paris et titulaire d'un MBA de Carnegie-Mellon, crée à 34 ans une filiale du groupe Cofathec (GDF), dédiée au facility management, dont elle prend la direction générale. En cinq ans, le chiffre d'affaires atteint 100 M€, représentant alors 15% du CA consolidé et 35% de la contribution globale du groupe. En 2008, à l'occasion de la fusion GDF - SUEZ, elle quitte le groupe et crée Steam'O, avec la volonté de disrupter son marché.

Steam'O revendique un niveau d'expertise et de professionnalisation élevé de ses équipes. Dans un marché composé d'une quinzaine d'acteurs dépassant le milliard d'euros de CA (Vinci, Dalkia,...), la société se différencie par le pragmatisme opérationnel de ses offres, associé à une recherche permanente d'innovation et une focalisation sur la valorisation des actifs immobiliers des clients. Elle introduit des principes de reporting et de transparence dans la facturation, une plus grande flexibilité d'intervention, tranchant ainsi avec certaines pratiques de marché.

La croissance de l'entreprise est tout d'abord portée par un renforcement de la couverture nationale, afin d'apporter à ses clients un service de proximité : outre un pôle d'activité historique en Ile-de-France, Steam'O possède aujourd'hui quatre agences en région (Toulouse, Rennes, Nancy-Strasbourg, Aix en Provence) et prépare l'ouverture d'une cinquième à Lyon d'ici à la fin 2017. Ce maillage finalisé, la société prévoit d'augmenter sa taille en 2018 par des opérations de croissance externe, en rachetant des petites agences locales, renforçant ainsi ses entités régionales.

L'entreprise a récemment ajouté à son cœur de métier historique deux nouvelles divisions complémentaires : Terti'O, filiale de travaux tertiaires qui prend en charge les opérations de travaux de rénovation, de modernisation et restructuration des installations techniques des bâtiments et Inviv'O Services, une offre multiservice lancée fin 2016, assurant des interventions d'assistance sur les sites en exploitation.

L'année 2017 est synonyme pour Steam'O de transformation digitale : mise en ligne opérationnelle d'un nouvel ERP sur le cloud en janvier 2018, développement de solutions communes clients-collaborateurs et surtout le lancement, en avril dernier, de la Steam'App : gratuite et en ligne, cette application permet aux utilisateurs ou responsables de sites de formuler et de suivre toute demande d'intervention, en 3 clics seulement. Une innovation qui offre aux clients de Steam'O une interaction directe et personnalisée avec l'entreprise. Cette transformation digitale, rendue impérieuse par la nécessité de réduire les coûts dans un secteur où les marges sont faibles, « est un élément de différenciation à forte valeur ajoutée qui nous permet de gagner de nouveaux clients », se réjouit Corinne Colson-Lafon.

Groupe Piment

Cabinet de recrutement temporaire et permanent

Piment Intérim est un acteur indépendant sur le marché du travail temporaire (intérim) et permanent (solution RH de recrutement en CDD et CDI), spécialisé notamment auprès des grands comptes dans le secteur de l'aéronautique. Affichant un doublement de son chiffre d'affaires en trois ans, chiffre qui devrait atteindre 53 millions d'euros en 2017, l'entreprise est positionnée sur un marché qui bénéficie d'une dynamique sectorielle favorable couplée à la recherche croissante de flexibilité par les entreprises clientes. La pression sur les marges que connait l'intérim du fait d'une très forte concurrence, et les opportunités découlant de l'évolution des modes de travail amènent le groupe à étendre le spectre de ses activités tout en abordant de nouveaux segments de marché.

SIÈGE SOCIAL	MARCHÉ	EFFECTIF	CA 2016	CAGR CA 2013 - 2016
Ile-de-France	**National**	**79**	**42 M€**	**25%**

www.pimentinterim.com

SYLVIE CLÉMENT
PRÉSIDENTE
CRÉATION EN 2003

Sylvie Clément intègre le secteur de l'intérim à la suite de ses études en marketing, en rejoignant en 1991 le groupe Expectra, qu'elle quittera pour des fonctions marketing et commerciales au sein d'une entreprise dont elle assurera, cinq ans après, la direction des ventes. Avec la volonté de disposer d'une liberté d'action et d'initiative, elle crée en 2003, avec le soutien de l'ancien dirigeant d'Expectra récemment acquise par Randstad, la société Piment Intérim, dont elle est actionnaire majoritaire.

Le choix du secteur aéronautique résulte d'une analyse du marché que Sylvie Clément mène au cours de sa première année d'activité, tout en redécouvrant le métier qu'elle avait quitté près de dix ans auparavant. Secteur industriel aux compétences complexes, recrutements difficiles sur un marché régulièrement en pénurie, elle se positionne pourtant sur ce marché réputé ardu, qu'évitent la plupart de ses concurrents. Avec une approche innovante et le soutien financier et relationnel de son associé, elle imagine et déploie des solutions originales qui lui permettent de convaincre le groupe Safran de lui faire confiance un an et demi après sa création. Ce premier contrat significatif joue un rôle primordial dans la structuration et le développement de l'entreprise, qui s'insère progressivement dans les processus des principaux acteurs du secteur tels que Thales et Airbus, ainsi que ceux de leurs partenaires.

La dirigeante réinvestit la totalité des bénéfices dans son développement. Bien que le marché de l'intérim connaisse une croissance de l'ordre de 6%, la forte concurrence pèse lourdement sur les marges des acteurs du secteur. Dans ce contexte, Sylvie Clément fait le choix depuis 2015 d'un développement de son offre de services vers des solutions RH étendues au conseil et au recrutement, afin d'accroitre sa valeur ajoutée auprès de ses clients. Ciblant les principaux bassins de l'industrie aéronautique, elle bénéficie de la structure de la chaîne de valeur du secteur, permettant aux agences de travailler au niveau régional avec les centres de compétences des principaux groupes aéronautiques, ainsi qu'avec leurs sous-traitants locaux. La société étend par ailleurs son marché au segment des PME, en commençant par la chaîne de valeur du secteur aéronautique et projette d'adresser d'autres secteurs industriels et tertiaires.

En 2017, Piment Intérim a ouvert deux nouvelles agences, portant son compteur à huit sur l'ensemble du territoire national. Deux nouvelles ouvertures sont prévues en 2018, à Paris et à Lyon, et d'ici à 2020 sont ciblées les villes de Nice, Rennes, Strasbourg et Lille. Sylvie Clément revendique un cabinet à taille humaine, engagé socialement : elle recrute non pas des compétences sur papier mais des personnalités motivées ; chaque ouverture d'agence correspond à l'embauche ou au redéploiement d'un salarié. La dirigeante entend conserver la culture et les valeurs qu'elle a insufflées à son entreprise : l'humain au cœur du métier, la bienveillance et l'esprit d'équipe.

Gilles & Boissier

Architecture d'intérieur

Gilles & Boissier est une agence d'architecture, de décoration, de mobilier et de graphisme considérée comme l'une des références de l'architecture d'intérieur contemporaine internationale. L'agence est présente à la fois sur la décoration intérieure d'appartements, de villas ou de bateaux où elle se distingue souvent par un style épuré et élégant (maison du créateur Joseph Ettedgui - Joseph, villa de Remo Ruffini - Moncler...), ainsi que sur le segment professionnel où elle se fait connaitre par ses projets plus spectaculaires d'hôtels, de restaurants et boutiques qui comptent parmi les plus prestigieux au monde (l'Hôtel Baccarat à New York, le Mandarin Oriental à Marrakech, l'Ambroisie à Macao, le Petit et le Grand Palais, les boutiques Moncler, et en cours actuellement le Four Seasons à Montréal et le Ritz Carlton de New York). Si l'agence travaille à ses propres créations de mobilier, elle conserve une logique artisanale et exclusive. Le chiffre d'affaire de Gilles & Boissier s'est élevé à 5 millions d'euros en 2016, en hausse de près de 50%.

SIÈGE SOCIAL	PART À L'EXPORT	CA 2016	CA 2016/2015
Ile-de-France	**70%**	**5 M€**	**45%**

www.gillesetboissier.com

DOROTHÉE BOISSIER
DIRECTRICE ARTISTIQUE
CRÉATION EN 2004

Fascinée par les décors et ambiances du théâtre et de l'opéra, Dorothée Boissier intègre Penninghen-Esag, l'École supérieure des arts graphiques de Paris, dont elle sortira major de promotion. Elle débute au sein d'un des cabinets d'architecture d'intérieur les plus en vue, chez Christian Liaigre, participant au succès de la marque phare qui combine créations de mobilier, architecture d'intérieur et boutiques. Elle rejoint par la suite l'agence de Philippe Starck en tant que chef d'équipe, puis associée de Starck Network. Après neuf ans passés auprès du designer emblématique, Dorothée Boissier crée sa propre agence avec son compagnon Patrick Gilles.

Tous deux diplômés de prestigieuses écoles françaises (Penninghen et Camondo), Dorothée Boissier et Patrick Gilles se sont rencontrés chez Christian Liaigre en 1995. Alors qu'elle rejoint Philippe Starck qu'elle accompagnera pendant près de dix ans et dont elle deviendra associée, lui prend de son côté la suite d'India Madhavi comme chef d'agence de Christian Liaigre. L'agence Gilles & Boissier naît en 2004, de l'envie de Dorothée de créer son propre message et de donner corps à sa vision de lieux de vie. C'est grâce à la confiance et la fidélité de Remo Ruffini, le fondateur de la marque Moncler, qu'ils décollent : ils aménagent les 200 boutiques du milliardaire italien ainsi que sa résidence privée sur le lac de Côme, son chalet à Saint-Moritz et son yacht. Gilles & Boissier imposent dès lors leur style – travail sur les essences de bois, lignes épurées, fluidité spatiale - sur la scène mondiale.

Les architectes signent de nombreux projets aux quatre coins du monde (renouvellement ou création de marques des hôtels et boutiques de luxe, restaurants contemporains, résidences privées). Gilles & Boissier réalisent 70% de leur chiffre d'affaires à l'international, mais veulent néanmoins rester une entreprise à taille humaine, afin d'offrir un service personnalisé à leurs clients : de la conception à la réalisation, chaque projet est l'objet d'une réflexion stratégique sur la marque, le concept, les matériaux ou le dessin du mobilier.

Les architectes veulent accélérer leur croissance en développant leur marque de mobilier, Gilles & Boissier Privé, lancée en 2015 de manière confidentielle (les meubles et luminaires sont actuellement vendus au compte-gouttes à des particuliers). Le développement commercial et marketing est envisagé en partenariat avec certains de leurs clients. Objectif : ouverture d'une boutique et d'un site de vente en ligne en 2018.

Le succès de Gilles & Boissier est unique : ils représentent l'art de vivre à la française (un avantage compétitif dans ce métier), au travers d'une association créative - où chacun met beaucoup de soi - peut-être encore plus complexe à mener en couple. Dorothée s'inspire de la littérature, des expositions, des spectacles de danse, Patrick du cinéma. « Il est impératif pour faire ce métier de se nourrir de la création artistique, historique comme contemporaine », estime Dorothée Boissier qui confie se rendre régulièrement au Château de Versailles pour y trouver l'inspiration.

Welljob

Agence d'emploi et solutions RH

Groupe familial indépendant dont le siège social est basé dans les Alpes-Maritimes, Welljob répond aux besoins quotidiens en ressources humaines des entreprises au travers d'un réseau de plus de 40 agences spécialisées dans l'intérim, le placement et le conseil RH, sur tous types de contrats. L'entreprise, historiquement dédiée au secteur du BTP avec six agences, l'entreprise s'est diversifiée et couvre aujourd'hui un large spectre de secteurs d'activités. En effet, dès 2016, Welljob crée une cellule grands comptes et ouvre une nouvelle filiale Welljob IT (secteur informatique et digital) suivie en 2017 par la création de sa start-up hucLink et l'ouverture d'une agence spécialisée dans le secteur des énergies renouvelables.

SIÈGE SOCIAL	MARCHÉ	EFFECTIF	CA 2016	CA 2016/2015
PACA	**National**	**110**	**41,2 M€**	**45%**

www.welljob.fr

LAURENCE DEROEUX
DIRECTRICE GÉNÉRALE
CRÉATION EN 1997

A la suite d'une première expérience au sein d'un groupe d'intérim qui lui donne l'occasion d'assumer une grande diversité de fonctions, Laurence Deroeux décide avec son conjoint, Stéphane, alors commercial dans la même société, de lancer leur propre enseigne sous la marque Littoral Intérim en 1997 (renommée Welljob depuis, en concertation avec les équipes).

Welljob connaît une croissance organique annuelle moyenne de près de 40% depuis 5 ans, fruit d'une forte dynamique d'ouverture d'agences et d'une vision innovante de son métier. Son chiffre d'affaires devrait approcher les 60 millions d'euros en 2017.

La croissance du groupe s'opère dans un environnement sectoriel mouvementé, complexifiant le métier au fil des ans : évolution des modes de travail, de leur cadre réglementaire (sécurité, prévention, pénibilité, formation, etc.), et impact des nouveaux médias et des réseaux sociaux. Au cours des années, l'entreprise a maintenu un rythme élevé d'ouverture de dix implantations par an, couvrant tout d'abord les Alpes-Maritimes, puis les grandes villes de province auxquelles se sont ajoutées des villes de moindre taille, fonction des opportunités. La croissance du groupe a notamment reposé sur une fonction siège performante dans laquelle les dirigeants ont très tôt investi, au travers d'outils de gestion et de pilotage dédiés et d'une équipe fortement expérimentée, passée par le terrain. Les dirigeants maintiennent au siège une organisation très horizontale permettant aux agences d'être en lien direct avec les différents pôles supports. Attentive à l'amélioration continue de son service, la société est certifiée ISO 9001/2000 en 2003, et a intégré le réseau BPI France Excellence en juin 2017.

L'efficience toute relative du marché (30% d'offres d'emploi non pourvues) conduit également Welljob à innover non seulement en intégrant les réseaux sociaux et les applications mobiles dans les solutions mises à disposition des candidats, mais aussi en investissant depuis un an dans un nouveau concept breveté de bornes interactives, hucLink. Elles ont vocation à être implantées dans les lieux à forte fréquentation (gares, centres commerciaux, agences Pôle emploi, mairies, etc.). HucLink dispose d'un modèle économique basé sur des ventes de technologies et de services, très différent de celui du métier traditionnel de WellJob. Avec dix bornes déjà déployées dans des métropoles telles que Nice, Bordeaux ou Lyon, hucLink compte d'ores et déjà sur le soutien de grands acteurs comme les centres E.Leclerc, et la SNCF. La start-up développe actuellement la marque blanche afin de répondre également aux besoins en recrutement des grandes enseignes nationales. Pour ce faire, elle envisage dès lors d'ouvrir son capital, afin de soutenir les investissements nécessaires.

Dans un marché en évolution continue, Laurence et Stéphane Deroeux ont l'ambition de poursuivre leur développement, affichant un objectif de croissance en 2018 de 30% à 40% passant à nouveau par l'ouverture d'une dizaine de nouvelles agences pour poursuivre le maillage du territoire national.

Alpa Groupe

Laboratoire contrôle Agro Santé Environnement

Créé en 1990 par des biologistes pour répondre aux besoins croissants des contrôles alimentaires dans les stations touristiques alpines, le laboratoire Alpa est devenu en une vingtaine d'années un groupe de laboratoires indépendants majeur dans les domaines de l'hygiène et de l'environnement, principalement en microbiologie et physico-chimie. L'activité du groupe se déploie autour de trois pôles relativement équilibrés que sont la santé, l'hygiène hospitalière, où il bénéficie d'une position de leader national, ainsi que l'agro-alimentaire et l'environnement (hydrologie), sur lesquels le groupe compte parmi les quatre principaux acteurs du secteur. Alpa Groupe s'appuie par ailleurs sur un pôle audit, un institut de formation, un bureau d'études et un pôle d'analyses sensorielles, en complémentarité des activités des laboratoires. L'entreprise dispose d'un personnel constitué aujourd'hui de plus de 400 professionnels pluridisciplinaires.

SIÈGE SOCIAL	MARCHÉ	EFFECTIF	CA 2016	CA 2016/2015
Auvergne-Rhône-Alpes	**International**	**422**	**48,5 M€**	**73%**

www.alpagroupe.fr

EVA BIANCU-LEGENDRE
PRÉSIDENTE
NOMINATION EN 2011

Universitaire titulaire d'un diplôme de management de l'IAE, Eva Biancu-Legendre a réalisé la totalité de sa carrière au sein du secteur des TIC (Test, Inspection, Certification), d'abord dans un laboratoire régional de contrôle alimentaire basé dans l'ouest de la France, LBCO, dont elle fait l'acquisition en 1997. En 1999, elle cède l'entreprise à Eurofins et accompagne le développement de l'activité jusqu'en 2005. Elle rejoint alors comme Directrice Générale RESALAB Groupe Cristal, un groupe de laboratoires vétérinaires spécialisés en santé animale et agro-alimentaire pour y développer du contrôle alimentaire, avant de rejoindre, comme Directrice Générale, le groupe Alpa et Frédéric Nonfoux, qu'elle a connu précédemment chez Eurofins, et qui vient de réaliser l'acquisition de l'activité contrôle agro-alimentaire de l'Institut Pasteur de Lille. Eva Biancu-Legendre est nommée Présidente d'Alpa Groupe en 2016.

Le groupe a connu un essor significatif dans les années 2000, passant d'un laboratoire à Montmélian en Savoie à six implantations en France et à l'international. Son chiffre d'affaires a doublé en cinq ans pour atteindre près 50 millions d'euros en 2016, combinant une stratégie de croissance interne et pas moins de dix acquisitions. L'activité d'hygiène hospitalière s'est constituée autour de deux acquisitions à Rouen et Rungis en 2006 et 2007, en particulier dans le domaine du contrôle de l'air. Sur le secteur de l'environnement, en 2016, Alpa a notamment racheté les CAE (centre d'analyses environnementales) de Veolia dont St Maurice, Toulouse et Rennes, ainsi que l'ISHA (institut scientifique d'hygiène alimentaire) situé en banlieue parisienne.

Cette stratégie lui a permis de sécuriser sa base de clientèle de grands groupes en étendant son domaine d'expertise, et sa couverture géographique au travers d'un maillage dense de laboratoires sur le territoire. Combinée avec une logistique nationale performante, l'entreprise assure notamment la collecte et l'acheminement des prélèvements sous température dirigée vers les laboratoires du groupe en moins de 24 heures.

Après les achats de 2016, qui l'ont positionné au troisième rang français sur ce périmètre d'activité, le laboratoire d'origine savoyard a étendu son périmètre d'activité à l'Espagne au travers d'une acquisition : implanté depuis plus d'un an à Tarragone, sous le nom d'Alpa Iberica, il ambitionne de devenir un des leaders du marché. La filiale possède pour le moment le laboratoire Conycal situé à Oviedo, spécialisé dans les analyses d'eau, d'aliments, de l'environnement et de la qualité de l'air. L'ensemble de ces investissements sont intégrés dans le cadre d'un business plan à horizon 2021. Objectifs : accroître le chiffre d'affaires en France de plus de 50 millions d'euros d'ici cinq ans et accélérer le déploiement européen.

Les laboratoires du groupe Alpa sont certifiés ISO 9001 version 2015. Ils sont accrédités depuis 1994 par la section essais du COFRAC. Afin de garantir la fiabilité de ces analyses, les laboratoires participent à des réseaux de comparaison inter-laboratoires. Acteur engagé dans une démarche de responsabilité sociale et environnementale, l'entreprise a par ailleurs mise en place un programme RSE intitulé EcoAlpa.

Ciprés Assurances

Courtier d'assurances

Créé en 2000, Ciprés Assurances est un courtier grossiste français qui conçoit, souscrit et gère des programmes d'assurance santé et prévoyance dédiés aux travailleurs indépendants, aux dirigeants et aux salariés de petites structures professionnelles (TPE / PME), les commercialisant via un réseau de courtiers conseils de proximité qu'elle se charge d'animer. Ce modèle émergent, qui dispose d'un fort effet de levier opérationnel, est séduisant tant pour les partenaires assureurs que Ciprés amène sur des marchés de niches difficiles à couvrir, que pour les courtiers conseils de proximité qui y trouvent des produits innovants idéalement adaptés aux besoins spécifiques de leurs clients.

L'entreprise, co-dirigée par Laurent Ouazana et Sylvie Langlois, connaît depuis trois ans une croissance à deux chiffres de son chiffre d'affaires qui devrait dépasser les 65 millions d'euros en 2017. Passant de 3700 à 4500 courtiers distributeurs, Ciprés a gagné des parts de marché et s'est hissé sur la troisième marche du podium dans le secteur. Son ambition est celle de devenir numéro un, sous les couleurs de sa signature marché « simplement entrepreneurs ».

SIÈGE SOCIAL	MARCHÉ	EFFECTIF	CA 2016	CA 2016/2015
Ile-de-France	**National**	**180**	**65,7 M€**	**18%**

www.cipres.fr

SYLVIE LANGLOIS
DIRECTRICE GÉNÉRALE
NOMINATION EN 2014

Titulaire d'une Maîtrise de droit et d'un DESS de gestion, Sylvie Langlois effectue l'essentiel de sa carrière dans le secteur financier. Elle rejoint en 2001 le cabinet Solly Azar, pionnier du modèle courtier-grossiste, dont elle prend la direction en 2011. Elle est recrutée en 2014 par Laurent Ouazana, Président de Ciprés, pour porter les nouvelles ambitions de l'entreprise suite à une opération de LBO menée avec TA Associates.

Dans un environnement concurrentiel et complexe, Ciprés se distingue par son agilité et sa capacité de simplification des produits d'assurance. Le courtier grossiste a élargi en 2017 sa gamme de produits aux offres de prévoyance à destination des travailleurs non-salariés et des très petites entreprises, sous-équipés à plus de 50%. L'abrogation de la sélection médicale à l'entrée, le questionnaire de santé étant ramené à une simple déclaration d'activité, lui a permis de doubler la collecte. Toujours dans une optique de meilleure couverture besoins des clients finaux, Ciprés prévoit de lancer l'an prochain des offres de prévoyance avec une composante assistance et services pour les femmes entrepreneures, ainsi que des assurances retraite.

L'année aura été également synonyme de transformation digitale pour Ciprés : l'entreprise a révolutionné son marché en structurant les pré-requis nécessaires à la digitalisation de la souscription, intégrant la signature électronique des contrats : aujourd'hui 80% de la production est dématérialisée. Elle a également posé les première briques d'une refonte totale de ses systèmes d'information (mise en ligne d'un nouvel extranet déportant ses fonctionnalités vers le réseau) qui doit s'achever fin 2018 par la migration sur un nouveau backoffice. Fluidifiant ainsi ses process, Ciprés accompagne encore mieux ses distributeurs, leur permettant de se concentrer sur leur cœur de métier : le conseil et la mise à disposition d'offres performantes et innovantes.

Ciprés ambitionne de doubler son chiffre d'affaires d'ici à cinq ans et de devenir le guichet de référence des petites entreprises, en élargissant et diversifiant son offre, outre les volets santé et prévoyance, à l'assurance. Pour y parvenir, l'entreprise a renforcé sa direction commerciale avec 21 animateurs de réseau sur le terrain ayant pour mission d'accroître les liens de proximité avec les courtiers distributeurs. De nombreuses opérations de marketing sont prévues (radios régionales et décrochage TV), sensibilisant les clients potentiels et facilitant la mobilisation et l'élargissement du réseau de distribution.

Retail Global Solutions

Gestion déléguée de points de vente
et services à destination du retail

Depuis 1991, Retail Global Solutions est le pionnier et le leader français du management et de la gestion déléguée d'enseignes, une activité de service dédiée aux acteurs de la distribution. Combinant des savoir-faire commerciaux et des services tels que le recrutement, la formation et la gestion du personnel, la mise en place de systèmes de gestion et de reporting, le tout dans des secteurs très diversifiés. La société répond ainsi à un besoin d'externalisation qui résulte fréquemment d'une logique d'optimisation de la performance. L'approche développée est en ce sens unique, tant par l'ampleur du spectre des secteurs couverts que par le positionnement de son offre. Avec plus de 2.500 points de vente exploités, l'entreprise affiche un chiffre d'affaires de plus de 50 millions en 2016, en doublement sur les trois dernières années sous l'effet combiné d'une croissance organique et d'acquisitions ciblées.

SIÈGE SOCIAL	MARCHÉ	EFFECTIF	CA 2016	CAGR CA 2013 - 2016
Auvergne-Rhône-Alpes	**National**	**510**	**51,6 M€**	**22%**

www.retailglobalsolutions.com

ISABELLE CHAILLIOUX
DIRECTRICE GÉNÉRALE
REPRISE EN 2012

Après une longue expérience de direction opérationnelle et commerciale au sein de grands groupes de services et de distribution spécialisée, dont la direction du réseau et du marketing de Grand Frais (100 points de vente), Isabelle Chaillioux est à la recherche d'une entreprise à reprendre et à développer, qu'elle identifie en 2012 et dont elle prendra la direction générale : Sodigest, historiquement spécialisée dans la gestion déléguée des réseaux de stations essences des grands groupes pétroliers. Isabelle Chaillioux voit dans la société un potentiel de développement important, basé sur la diversification sectorielle et l'extension du périmètre de services et conseils de l'entreprise.

Le fort développement qu'a connu l'entreprise au cours des dernières années s'est traduit par un bouleversement de sa structure, un rajeunissement des équipes, des investissements importants en formation, une très forte focalisation sur la qualité de service et la satisfaction client associée.

Après deux années intenses de structuration et de croissance organique, la société a ainsi pu accélérer son développement en 2016, tout d'abord en développant une activité de recrutement pour les grands réseaux de points de vente, puis en poursuivant l'extension de son offre vers l'événementiel et l'animation de boutiques par l'acquisition en octobre 2016 de la société Oz Marketing Solutions. Spécialisée dans le développement de solutions de marketing opérationnelles pour les centres commerciaux et les réseaux de distribution au travers de trois principales activités, l'événementiel, les promotion et fidélisation, et le specialty leasing (gestion et implantation d'emplacements éphémères en centre commercial, en centre-ville ou dans des lieux à fort trafic), Oz Marketing Solutions permet à Retail Global Solutions d'étendre sa base de clientèle et son expertise opérationnelle, et de renforcer son équipe de consultants dans un des domaines de développement prioritaires de l'entreprise.

Avec une forte proportion de ses équipes dédiée à la gestion des points de vente, l'entreprise est consciente de l'importance que revêtent la culture du service au sein de son personnel, le maintien d'une forte agilité permettant de répondre aux besoins urgents des clients, ainsi que le suivi qualité des prestations délivrées. Dans ce contexte, l'attention portée au personnel fait l'objet de démarches spécifiques en termes de cadre de travail, de formation et de mise en place de plans d'intéressement.

Job Concept

Agence de recrutement temporaire et permanent

Créée en 2010 par Clotilde Miralles, Job Concept est une entreprise régionale de travail temporaire et de recrutement implantée en Rhône-Alpes. Historiquement spécialisée dans les métiers du transport, un secteur fortement réglementé, en recherche permanente de main d'œuvre, et régionalement faiblement couvert par la concurrence, la société connaît un développement rapide. Demeurant la seule agence de recrutement dans le domaine du transport et de la logistique spécialisée sur les deux Savoie, idéalement située sur l'axe Lyon-Annecy, Job Concept se diversifie depuis 2012 dans de nouveaux secteurs d'activités qui constituent autant de relais de croissance. Procédant par ouverture d'agences dédiées au personnel technique des secteurs de l'industrie, du bâtiment-travaux publics en 2015 et plus récemment du médical, l'entreprise poursuit sa croissance à un rythme élevé, qui fait passer son chiffres d'affaires de 0 à près de 15 millions d'euros en six années.

SIÈGE SOCIAL	MARCHÉ	CA 2016	CAGR CA 2013 – 2016
Auvergne-Rhône-Alpes	**Régional**	**14,6 M€**	**30%**

www.jobconcept.fr

CLOTILDE MIRALLES
GÉRANTE
CRÉATION EN 2010

Titulaire d'un BTS spécialisé dans le domaine des ressources humaines, Clotilde Miralles débute sa carrière en agence au sein d'un groupe d'intérim en 2004. Les perspectives d'évolution relativement limitées au sein de son groupe l'amènent cinq ans plus tard à s'engager dans le lancement de sa propre agence d'intérim, spécialisée sur le segment du transport.

La société évolue sur le marché de l'intérim qui connait une croissance nationale de 6%, bénéficiant de l'évolution des modes de travail, d'une logique d'embauche pour une mission définie, et d'un intérêt toujours croissant parmi les employeurs en recherche de flexibilité. Les entreprises de travail temporaire constatent de leur côté une amélioration de leur image chez les intérimaires, la généralisation de leur contribution dans certains secteurs d'activité en réduisant la connotation précaire.

Dans ce contexte, encore amélioré par un cadre règlementaire complexe et évolutif du marché du transport, l'entreprise connait, quant à elle, une croissance de son chiffre d'affaires de 30% en moyenne par an, qui s'explique par une forte attention au service qu'elle déploie auprès d'une clientèle de proximité, fidèle et récurrente. Cette même approche de réactivité et de souplesse est développée auprès de ses équipes intérimaires qu'elle parvient à fidéliser face à la concurrence et auxquels elle apporte assistance et formation.

Clotilde Miralles s'appuie sur une équipe engagée et particulièrement stable, qui s'est lancée pour 2017 dans un processus de certification ISO 9002.

Ailancy

Conseil pour les affaires

Ailancy est un cabinet indépendant de près de 90 consultants à ce jour, intervenant dans l'accompagnement stratégique, managérial et opérationnel des acteurs du secteur de la banque, la finance et l'assurance. Avec près de 350 missions à son actif, dont une centaine de clients réguliers, le cabinet est parvenu à s'imposer comme une référence dans son secteur, comptant parmi ses clients la plupart des grands groupes bancaires et d'assurance, de même que de nombreux acteurs indépendants. Cette reconnaissance du marché s'est construite par la forte implication des associés auprès des clients, un niveau important d'expertise et d'expérience et une contribution du cabinet dans les débats de place auxquels le secteur est confronté.

SIÈGE SOCIAL	MARCHÉ	EFFECTIF	CA 2016	CAGR CA 2013 - 2016
Ile-de-France	**National**	**74**	**15,3 M€**	**19%**

www.ailancy.com

MARIE-THÉRÈSE AYCARD
ASSOCIÉE COFONDATRICE
CRÉATION EN 2008

A la suite de sa formation d'ingénieure, Marie-Thérèse Aycard débute sa carrière à la fin des années 80 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 connait 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 du cabinet et s'implique dans le secteur banque finance. Le développement de l'entreprise qui atteint rapidement près de 500 consultants, et l'évolution qui en résulte en termes de nature d'activités et de gouvernance, poussent Marie-Thérèse Aycard et Pierre Monteillard à quitter Eurogroup en 2008 pour lancer Ailancy.

La succession de crises conjoncturelles ces dix dernières années, les évolutions réglementaires qui en ont découlé, ainsi que les modifications structurelles induites par une digitalisation croissante de leurs activités, contraignent les acteurs des secteurs financiers, banques et assurances à considérer des évolutions significatives de leurs stratégies et de leurs organisations. C'est dans ce contexte et à la veille d'une crise financière majeure, que Marie-Thérèse Aycard et Pierre Monteillard, rejoints par six autres associés, fondent le cabinet de conseil en organisation et en management Ailancy, dédié exclusivement au secteur de la banque, de la finance et de l'assurance. Initialement positionné sur l'accompagnement des prestataires en services d'investissement, le cabinet élargit ses activités à la banque retail en 2012 et à l'assurance en 2014.

Après 10 années d'activité qui ont permis à Ailancy de s'établir comme l'un des acteurs de référence du marché, les dirigeants mènent dès 2016 l'entreprise dans une nouvelle étape de développement en s'organisant autour d'une société holding contrôlant, outre Ailancy, un nouveau pôle d'expertise lancé en avril 2017 sous la marque Avanty - société centrée sur la mise à disposition d'experts en délégation de compétences à destination du secteur bancassurance, combinant des consultants internes et un réseau d'experts contractuels. Le groupe ouvre par ailleurs une première filiale internationale en s'implantant au Maroc au travers de l'acquisition du contrôle de Latitude Consulting. Cette acquisition constituera la base de développement de l'activité sur le marché nord-africain qui présente d'importantes opportunités selon Marie-Thérèse Aycard.

La taille humaine de l'entreprise dont le développement se veut raisonné, la proximité cultivée avec les clients, et les valeurs qui animent Ailancy, qu'illustre par exemple la totale parité au sein des équipes, sont à l'évidence des atouts différenciants pour attirer des compétences. En 2016, la société obtient la notation Gold du label RSE EcoVadis, devient signataire de la Charte de la Diversité et de la Charte Parentale. Elle s'engage également dans le soutien de l'ONG de micro-finance Entrepreneurs du Monde.

Sol'Inn Tours

Agence de voyages

Sol'Inn Tours est spécialiste du voyage de groupes, avec une particularité qui fait toute la différence : « le charme et l'exception du voyage sur mesure ». A l'écoute de sa clientèle, elle ajuste son offre qui couvre pas moins de 25 destinations dans le monde, en Asie, Amérique, Afrique et Moyen-Orient. A l'heure de l'industrialisation du secteur, le créneau s'avère porteur : l'entreprise a enregistré une croissance de 80% de son chiffre d'affaires en 2016, à près de 6 millions d'euros.

SIÈGE SOCIAL	MARCHÉ	CA 2016	CA 2016/2015
Ile-de-France	**National**	**5,4 M€**	**76%**

www.solinntours.travel

SOFIA BOULLANT
PRÉSIDENTE
REPRISE EN 2003

Diplômée en droit, Sofia Boullant débute sa carrière dans une entreprise spécialisée dans les voyages pour les collectivités et les professionnels. Ayant construit une vision précise de la nature des services qu'elle entend rendre à ses clients, elle rachète en 2003 l'entreprise de voyages créée par son mari en 1989 et la rebaptise Sol'Inn Tours.

Lorsqu'elle prend les commandes de Sol'Inn Tours, après avoir racheté l'entreprise à son conjoint, Sofia Boullant garde en tête de rester une entreprise à taille humaine. Elle s'entoure alors d'une petite équipe de professionnels du tourisme, passionnée, réactive et compétente. La dirigeante, qui compare son service à de l'épicerie fine, a banni de son offre les programmes prédéfinis pour privilégier une écoute attentive de toutes les demandes et envies de ses clients.

Dans un marché ultra-concurrentiel, la dirigeante veut sortir de la guerre des prix qui sévit sur le secteur. Sol'Inn Tours se différencie non seulement par son service client personnalisé, mais aussi par une offre originale de destinations de niche, y compris sur le balnéaire, telles que Zanzibar, Goa, l'Iran, la Birmanie ou l'Ouzbékistan, à contre-courant des offres standardisées du marché. Chacune des 25 destinations desservies par le tour opérateur fait l'objet d'un repérage fin sur le terrain en s'appuyant sur des prestataires locaux (hôteliers, restaurants, guides) avec qui elle a su tisser des liens de confiance. Si 80% des ventes de Sol'Inn Tours sont des longs séjours (12 jours minimum), l'entreprise a développé une offre de moyens séjours, plus intimiste, pour des groupes plus petits notamment autour de la culture.

USon offre diversifiée et sa qualité de service contribuent à fidéliser la clientèle, composée principalement de collectivités, de comités d'entreprise (CE) et de directions commerciales en recherchent d'incentives pour encourager et motiver leurs équipes. Un créneau particulièrement attractif sur lequel Sofia Boullant veut monter en puissance. La dirigeante envisage de créer très prochainement un département dédié.

Sa démarche d'acquisition de nouveaux clients passe principalement par des campagnes de marketing direct (emailing, prospection téléphonique, etc.) et par une présence assidue aux salons de tourisme d'affaires. Quant aux clients historiques, ils sont régulièrement informés par newsletters et conviés à des évènements destinés à faire émerger leurs attentes, autour desquelles Sofia Boullant imagine de nouveaux parcours.

Groupe INSEEC

Enseignement supérieur privé

Avec plus de 22.000 étudiants (82 nationalités), 80.000 anciens élèves, 185 enseignants-chercheurs et 370 professeurs permanents, le Groupe INSEEC se positionne aujourd'hui comme l'un des tout premiers groupes d'enseignement supérieur français, établi sur Paris, Bordeaux, Lyon, Chambéry et 5 campus/sites à l'étranger. Innovant dès sa création par la différenciation d'avec le modèle des écoles de commerce françaises alors focalisées sur les techniques de gestion, il développe des cursus résolument ouverts sur l'international et l'interdisciplinarité, convaincu que les futurs managers construiront leur capacité d'adaptation sur un socle de compétences diversifiées. L'INSEEC saura anticiper tout au long de son histoire sur les évolutions du secteur, liées à la massification de l'enseignement supérieur et à la mondialisation des parcours. Première école française à établir des partenariats avec les universités et business schools américaines, à accueillir en nombre des étudiants chinois, à ouvrir de nouvelles voies d'accès – apprentissage, recrutement hors classes préparatoires –, à envisager des installations multisites, à spécialiser ses cursus avec une trentaine de masters focalisés sur les secteurs qui embauchent, l'INSEEC a largement contribué à construire le visage des écoles de commerce telles que nous les connaissons, à la fois locales par leurs marchés et internationales par leur cursus.

SIÈGE SOCIAL	PART À L'EXPORT	EFFECTIF	CA 2016	CAGR CA 2013 - 2016
Ile-de-France	**21%**	**1378**	**207 M€**	**21%**

www.inseec.com

CATHERINE LESPINE
DIRECTRICE GÉNÉRALE
NOMINATION EN 2003

Diplômée de l'ESCP Europe, Catherine Lespine débute sa carrière comme contrôleur de gestion des Hôpitaux de Paris et obtient parallèlement un Master Recherche en sciences de gestion à la Sorbonne. En avril 1986, sa vie familiale la conduit à Bordeaux où elle intègre le groupe INSEEC comme jeune professeure en Contrôle de Gestion et Stratégie. Après avoir occupé toutes les fonctions, assuré la direction de trois écoles, la création et le développement de nombreux programmes, elle est en première ligne, comme DGA, lors de la cession de l'INSEEC par son fondateur à un groupe américain coté au Nasdaq en février 2003. Nommée directrice générale, elle dédie la décennie suivante au pilotage de la croissance du groupe. En décembre 2013, elle accompagne le groupe dans une nouvelle étape : CEC, l'actionnaire américain, décide de céder l'INSEEC à APAX Partners, fond d'investissement français. Depuis, Catherine Lespine redéfinit avec le nouvel actionnaire une stratégie de développement à la fois géographique et programmatique.

Dans un contexte de massification de l'enseignement supérieur, l'INSEEC a été l'une des toutes premières grandes écoles de management à ouvrir ses portes à un public diversifié, notamment par le développement de formations complètes en alternance et l'accès hors classes préparatoires. Conscient de son rôle dans l'économie en général et sur le marché du travail en particulier, le Groupe INSEEC, en tant qu'acteur majeur de la formation et de la recherche en management, a décidé de faire partager et de développer sa politique et ses actions en matière de RSE. Outre l'effort de formalisation (labels, chartes, certifications), le Groupe INSEEC se distingue par ses mesures en interne (recrutement, management des RH, mixité/diversité), mais aussi par le contenu des enseignements intégrant la RSE et les mesures en faveur de l'intégration d'étudiants issus de milieux défavorisés dans un secteur marqué par des barrières sociales fortes à l'entrée des grandes écoles.

Déjà pionnier dans l'accueil d'un public diversifié que le groupe sait conduire sur des voies d'excellence, l'entrée d'Apax au capital lui permet de structurer une démarche RSE globale, avec effectifs et budgets dédiés, irriguant tout à la fois ses programmes d'enseignement et ses relations avec les parties prenantes.

Le positionnement affirmé sur les métiers du digital avec le rachat de Crea Genève et l'ouverture d'un site à San Francisco ainsi que la création d'écoles autour de pôles d'excellence (luxe, vins & spiritueux, sport, etc.) contribueront à faciliter le doublement de sa capacité d'accueil dans les prochaines années. L'INSEEC se voit également décerner le label britannique AMBA (Association of MBA's) en janvier 2017, lui assurant ainsi pour trois ans une reconnaissance internationale de ses parcours d'excellence.

Temporis

Intérim
CDI

Donnez du ressort **à vos recrutements !**

Nouveauté

Retrouvez bientôt
vos agences

Temporis® Spécialités

Les Echos
LES MEILLEURS CABINETS DE RECRUTEMENT
Travail Temporaire
•2018•
statista

Temporis élu
6ème Meilleur Cabinet
de Recrutement

www.temporis.fr

1ère enseigne
en Relation Client

BVA

Le Programme

WOMEN EQUITY

À Propos

Fondé en 2009 par Dunya Bouhacene et Grégoire Revenu, le Programme Women Equity est la première initiative en Europe dédiée aux PME de croissance dirigées par des femmes.

Il a pour mission d'accompagner financièrement et opérationnellement leurs entreprises, d'accroître leur visibilité et d'élargir leurs réseaux d'affaires. Il intervient sur différentes problématiques d'entreprises de croissance (financement de la croissance, transmission, recomposition du capital, stratégie et gouvernance, etc.) dans tous les secteurs d'activité au travers de services de conseils et d'investissement en fonds propres.

Le Programme s'attache par ailleurs à développer et partager une meilleure connaissance de l'univers des PME dirigées par des femmes et à corriger leur sous-visibilité dans les sphères économiques, au travers d'activités de recherches menées sous la responsabilité d'un conseil scientifique international, et d'actions de communication.

Au niveau national, le Programme publie notamment l'Index Women Equity analysant annuellement les performances de 40 000 PME françaises et support du Palmarès Women Equity, rassemblant les 50 meilleures performances des PME de croissance dirigées par des femmes en France.

Il décline désormais en régions ses Palmarès, récompensant la croissance rentable d'entreprises indépendantes, dirigées ou co-dirigées par des femmes.

Enfin, il anime une communauté de dirigeantes d'entreprises afin de faciliter le partage d'expériences entre ses membres.

Le Programme a notamment recueilli la reconnaissance institutionnelle du Conseil de l'Europe (résolution 55 – Mars 2011) au titre de meilleure initiative de financement des entreprises de croissance dirigées par des femmes.

Déclinaison

EN RÉGIONS

Motivations

Le Palmarès national Women Equity révèle depuis huit ans de nombreuses dirigeantes de PME françaises aux performances exceptionnelles. Nous avons souhaité décliner progressivement ces éditions en régions. Il nous est en effet apparu nécessaire de l'ancrer au plus près des territoires sur lesquels ces entreprises opèrent, afin de majorer l'attention à leur développement. Les lauréates ont été sélectionnées sur la base de leurs performances documentées par l'Index Women Equity, mais aussi sur les recommandations de nos partenaires corporate, institutionnels et médias et des candidatures spontanées. La moitié des entreprises lauréates l'ont été par ce biais, témoignant de la pertinence de la démarche, appelée à s'intensifier en 2018.

Palmarès Women Equity Grand-Ouest 2016

Le Palmarès Women Equity s'est décliné pour la première fois en région lors de l'édition Grand-Ouest 2016. La cérémonie, célébrée à Nantes le 19 octobre 2016 en partenariat avec Ouest-France Entreprises, a récompensé les 15 meilleures performances de PME dirigées par des femmes en Bretagne, Normandie, Pays de la Loire.

Le Palmarès Women Equity Grand Ouest a permis de mettre en lumière les PME de croissance du Grand-Ouest. L'industrie y est particulièrement représentée, avec 40% des entreprises qui y officient. Le secteur agro-alimentaire y classe quant à lui près d'une entreprise sur trois. C'est dans une troisième catégorie que s'est distinguée la lauréate du Trophée Performance Eco du Palmarès : Laurence Bénissan, dirigeante de l'entreprise IDD-Xpert, prestataire de service pour l'industrie pharmaceutique a été récompensée pour la reprise et le redéploiement spectaculaire d'une branche d'activité de services d'un grand groupe pharmaceutique initialement destinée à être fermée en 2012. L'entreprise a doublé son chiffre d'affaires au cours des trois dernières années (6,8 M€ en 2015) tout en quadruplant son résultat sur la période, témoignant d'un fort levier opérationnel.

47%	à l'international	*15,8%*	croissance moyenne du CA en 2015
20,8M€	CA moyen en 2015	*13,5%*	CAGR CA 2012-2015
1886	emplois cumulés	*35,6%*	CAGRE EBE 2012-2015

Palmarès Women Equity Sud-Est 2017

Women Equity a dévoilé le 27 avril 2017, lors d'une soirée exceptionnelle à la Villa Masséna, les résultats de la première édition Sud-Est du Palmarès Women Equity, célébrant les 10 meilleures performances de PME de croissance dirigées par des femmes en Provence-Alpes-Côte d'Azur, en partenariat avec le Groupe Nice-Matin.

Le Palmarès Women Equity Sud-Est 2017 a mis en lumière une dynamique internationale très forte des entreprises lauréates, dans de nombreux secteurs avec un primat à l'industrie et la santé. Le Trophée de la Performance Eco a été décerné à Julie Barlatier Prieuret, Directrice Générale de BARIANE, développeur d'actifs immobiliers de haute qualité environnementale, architecturale et paysagère. Il a salué le parcours remarquable d'une entreprise familiale indépendante créée il y a dix ans dans un secteur du développement et de la gestion d'actifs immobiliers, fortement concurrentiel. La société s'est distinguée par sa capacité à réaliser de façon consistante sur les trois dernières années une croissance organique soutenue de son chiffre d'affaires, le triplant ainsi sur la période.

80%	à l'international	*40%*	croissance moyenne du CA en 2016
19,5M€	CA moyen en 2016	*27%*	CAGR CA 2013-2016
799	emplois cumulés	*49%*	CAGRE EBE 2013-2016

Vous accompagner sur tous vos besoins dans votre environnement de travail !

steam'o

Maintenance Multitechnique
Facility management

inviv'o services

Multiservice Occupants
Multiservice Bâtiments

terti'o

Travaux tertiaires
Génie climatique

Retrouvez-nous sur www.steamo.fr et

Nos

PARTENAIRES

Remerciements

Nous remercions BNP Paribas, notre partenaire historique et KPMG, notre partenaire global pour leur soutien au déploiement des éditions nationales comme régionales des Palmarès Women Equity.

Nous remercions nos entreprises marraines, lauréates historiques des Palmarès Women Equity, Cetup, Les Parfumeries Fragonard, Isore Batiment, Steam'O, Talentia Software et Valoris Développement, pour leur soutien à l'édition du Palmarès Women Equity 2017.

Nous saluons nos partenaires médias et événementiels pour leur contribution au relais de ces Palmarès.

Ensemble, nous travaillons à la visibilité des performances économiques de dirigeantes remarquables et à l'élargissement de leurs réseaux d'affaires. Nous espérons que le développement de leurs entreprises en sera encore accéléré.

PARTENAIRE STRATÉGIQUE

BNP PARIBAS BANQUE PRIVÉE

PARTENAIRE GLOBAL

KPMG

PARTENAIRES MÉDIA

Les Echos

ouest france Entreprises

GROUPE nice-matin

PARTENAIRES ÉVENEMENTIELS

Réseau Entreprendre

imeti

Parrainer la Croissance

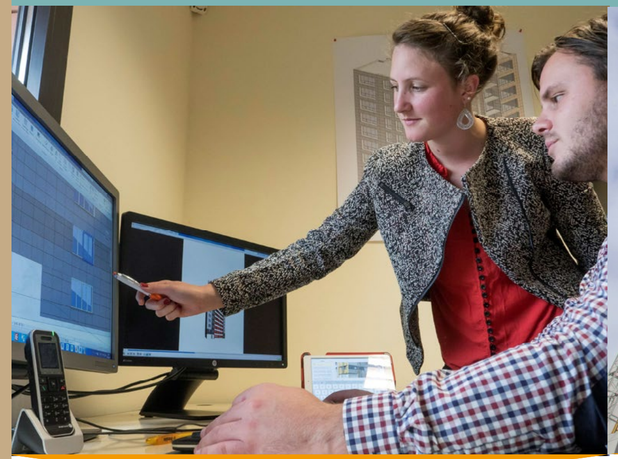
Nous remercions chaleureusement les 50 lauréates de cette 8ème édition nationale pour leurs contributions photos au livret du Palmarès national Women Equity 2017.

Table

A + ENERGIES 55
AC MEDIA 22
ACRI-ST 23
AILANCY 67
ALPA GROUPE 63
ATERMES 28
BARJANE 53
BEBE AU NATUREL 45
BIO & CO 43
BLUE REG 49
BOA CONCEPT 35
BRAINCUBE 21
CCL 29
CHATEAU ROUBINE 36
CIPRES ASSURANCES 64
CITY ONE 58
DAVRICOURT 54
DOMAINES PIERRE CHAVIN 38
ECOPHYSE 30
ESTIPHARM 48
EVERYS 24
GILLES & BOISSIER 61
GOOD GOUT 41
GROUPE CSP 42
GROUPE EUROMAIR 34
GROUPE INSEEC 69
GROUPE LD FRANCE 44
GROUPE PIMENT 60
GROUPE SAUERMANN 27
GROUPE VERONA 39
HORUS PHARMA 50
JEAN GAZIGNAIRE 32
GALERIE JEANNE BUCHER JAEGER 40
JOB CONCEPT 66
LABORATOIRES EMBRYOLISSE 46
LES WHISKIES DU MONDE 47
MAISON LEROY 37
PARTENOR GROUP 57
RETAIL GLOBAL SOLUTIONS 65
SAINTE LUCIE 26
SOL'INN TOURS 68
STEAM'O 59
TAKOMA 20
URBASOLAR 33
VALEUR ET CAPITAL 52
VALORIS DEVELOPPEMENT 56
VELUM INTERNATIONAL 31
VOISIN CONSULTING 51
WELLJOB 62
X-LOG 25

isore BATIMENT

Experts en projets durables



SPECIALISTE DU BIM

TRAITEMENT DE L'ENVELOPPE DU BATIMENT

afaq QSE Qualité Sécurité Environnement AFNOR CERTIFICATION

ISORE BATIMENT
SAINT-BERTHEVIN (53) - GENNEVILLIERS (92)
Tél. 02 43 66 96 51

RGE QUALIBAT

Women Equity Partners - 5 rue de la Planche - F - 75007 Paris - 01 85 56 06 80 - palmares@women-equity.com - www.palmares.women-equity.com