

L'ACTUALITÉ DES PME

La parole à... Raymond Doizon,
vice-président de la CCI de Vendée

« *L'innovation doit être un mode de pensée* »

Le département et la CCI de Vendée lancent une « année de l'innovation ». Explications et objectifs.

Pourquoi organiser une année de l'innovation ?

Il n'y a que deux stratégies pour les entreprises. La première, c'est la stratégie low-cost, mais il y a toujours le risque de trouver moins cher ailleurs. La seconde, c'est d'aller de l'avant, prendre une longueur d'avance. L'innovation, il ne faut pas la voir seulement en termes de produits, mais aussi dans sa globalité, c'est-à-dire sur l'organisation, la vision du marché ou encore la logistique. En lançant cette année, nous cherchons à créer les occasions de favoriser l'innovation dans le département. Notre ambition est de créer des réseaux en matière d'innovation car c'est la solitude qui est l'ennemie de l'innovation.

Que va-t-il se passer durant un an ?
Nous avons organisé une première soirée pour partager les expériences. J'ai proposé que tous ceux qui sont des créateurs novateurs ne soient plus seuls. Cela implique de savoir comment les accompagner. L'idée est aussi de créer une asso-



JACQUES CHAUVET

ciation de chefs d'entreprise, Vendée Entreprendre Innovation. Nous envisageons également de travailler sur des thèmes précis, comme les brevets. On cherche à être très concret.

Quelles sont les entreprises visées ?
Contrairement à ce qu'on pourrait croire, ce ne sont pas forcément les plus petites. De par leur taille, elles sont réactives et rapides. L'année de l'innovation cherche à impliquer davantage les moyennes entreprises. Il faut qu'elles se projettent dans l'avenir et qu'elles anticipent.

RECUEILLI PAR DENIS KERDRAON

La PME en herbe

Spinroc prépare une puce radio sans fil

À MEYREUIL

En Provence, l'environnement scientifique et industriel est vraiment favorable pour qui veut innover en microélectronique. Spinroc a bien l'intention de l'utiliser », explique Georges Lesieur, président de cette société créée en novembre 2006 avec un chercheur français expatrié aux États-Unis, Kamel Ounadjela, et des associés suédois. Implantée dans la pépinière d'entreprises de Meyreuil (Bouches-du-Rhône), Spinroc veut développer dans le secteur des technologies radio-fréquence (RF) une nouvelle génération de puces

sans fil destinée à accroître les fonctionnalités télécoms (radio, télé haute définition, GPS, wi-fi...) des téléphones mobiles, PC ou PDA.

UN MARCHÉ ESTIMÉ À PLUSIEURS MILLIARDS DE DOLLARS

Ultra-miniaturisés, ces nouveaux oscillateurs feront coexister des canaux de communication sans fil multiples à l'intérieur d'un même appareil, améliorant ses performances. Une solution prisée par les industriels concernés. Le marché mondial est estimé à plusieurs milliards de dollars. Dans les deux ans, Spinroc se consacrera à de la R&D (conception d'un prototype, dépôt de brevets...). Quatre personnes ont déjà été embauchées, d'autres arriveront dans les prochains mois.

Le ministère de la Recherche, Oséo Innovation et l'incubateur marseillais Impulse appuient cette phase d'amorçage. Georges Lesieur est également en quête de *business angels* et de fonds d'investissement. « À terme, nous fonctionnerons sans site de production en propre, avec des partenaires industriels, confie le PDG. Mais, dans les cinq ans, nous devrions compter une centaine de collaborateurs pour plusieurs millions d'euros de chiffre d'affaires. »

JEAN-CHRISTOPHE BARLA



Georges Lesieur, président de Spinroc. DR

Guyader Gastronomie mise sur une croissance entre terre et mer

BRETAGNE

En rachetant Elquin, l'entreprise affiche son ambition d'être parmi les leaders de la charcuterie haut de gamme bretonne. Le groupe pèse désormais 39 millions d'euros de chiffre d'affaires et se tourne vers les pays de l'Est.

À BREST

Le mouvement de concentration se poursuit dans l'agroalimentaire breton. Dans le domaine de la charcuterie, le groupe Guyader vient d'annoncer le rachat d'Elquin. Cette société appartenait aux coopératives Coopagri (Landerneau) et Terrena (Ancenis) qui se désengagent progressivement de secteurs jugés non stratégiques. « Notre ambition est de devenir l'un des premiers acteurs bretons de la charcuterie dite premium et d'être incontournable sur ce marché des produits de terroir. L'acquisition d'Elquin répond à cette logique par la complémentarité de cette entreprise avec nos activités », indique Christian Guyader, PDG de l'entreprise et petit-fils du fondateur.

Diversité de gamme tout d'abord, avec une présence prononcée d'Elquin dans le jambon quand Guyader



Entrées apéritives de la gamme Guyader. L'entreprise, qui se diversifie et grandit vite, veut devenir « incontournable » sur le marché des produits de terroir. DR

Gastronomie avec sa marque Guéguen propose plutôt des pâtés à la coupe. Complémentarité d'enseignes ensuite, puisque les réseaux de distribution d'Elquin et Guéguen diffèrent. « Les marchés sur lesquels nous intervenons sont semi-fermés. Une fois satisfaits, les distributeurs n'ont pas de raison de changer de fournisseurs. Le développement passe alors par l'innovation ou la croissance externe. »

DÉMARCHE DE RÉSEAU

Lors de l'arrivée de Christian Guyader aux commandes en 1993, l'entreprise réalisait 10 millions d'euros de chiffre d'affaires et employait 60 personnes. Désormais, le groupe pèse 39 millions d'euros de chiffre d'affaires et compte 235 salariés. Chaque année, il investit 1 million d'euros. « Outre la char-

cutterie de terroir, avec Guéguen et Elquin, le groupe comprend deux autres PME, Guyader et Groix et Nature orientées vers les produits de la mer. L'activité se répartit équitablement sur ces deux pôles. »

La démarche de réseau engagée au sein du groupe se retrouve dans des collaborations nouées avec d'autres entreprises du secteur, à l'instar du GIE Maîtres Salaisonniers Bretons dédiés à l'achat des matières premières. « La terre est plate. Les marchés de demain sont à l'exportation. » En novembre prochain, via l'association Produit en Bretagne, Guyader Gastronomie s'attaque d'ailleurs à la Russie avec une opération commerciale dans une chaîne de supermarchés haut de gamme.

MIKAËL CABON