

Armées pour résister

COMPÉTITIVITÉ

Les PME innovantes sont celles qui devraient le mieux supporter la crise.

LA MÉSAVENTURE est survenue à Kayentis il y a quelques jours. Cette jeune pousse qui a mis au point un stylo numérique (voir ci-contre) s'est vu refuser un prêt de 400 000 euros par sa banque alors qu'elle apportait toutes les garanties. Décidément, la crise financière n'épargne personne. Malgré tout, les PME innovantes ne cèdent pas à la panique. « *Leurs dirigeants conservent un véritable optimisme. Ils posent des questions sur les financements pour mieux tirer parti des crédits impôt-recherche, des possibilités d'Oséo et des fonds européens* », observe Abbas Djobo, directeur du pôle innovation d'Alma Consulting Group.

Peut-être parce que ces sociétés sont plus préparées que les autres pour résister en période difficile. Leur point commun ? Mettre sur le marché un produit ou un service inédit. Dans le high-tech mais aussi dans des secteurs plus traditionnels comme le montre l'exemple de Sineo (voir ci-contre) qui a lancé le lavage de voitures écologique. « *Les PME qui intègrent l'innovation efficacement sont les mieux armées pour surmonter la crise, en particulier quand cela leur permet de se développer aussi sur les marchés étrangers à forte croissance* », assure Grégoire Sentilhes, président d'Aurel NextStage, le fonds de capital développement spécialiste de l'investissement dans les PME de croissance.

La carte d'identité de ces PME innovantes donne une idée de leur dynamisme : elles emploient plus de 153 000 personnes, réalisent un chiffre d'affaires de 24 milliards

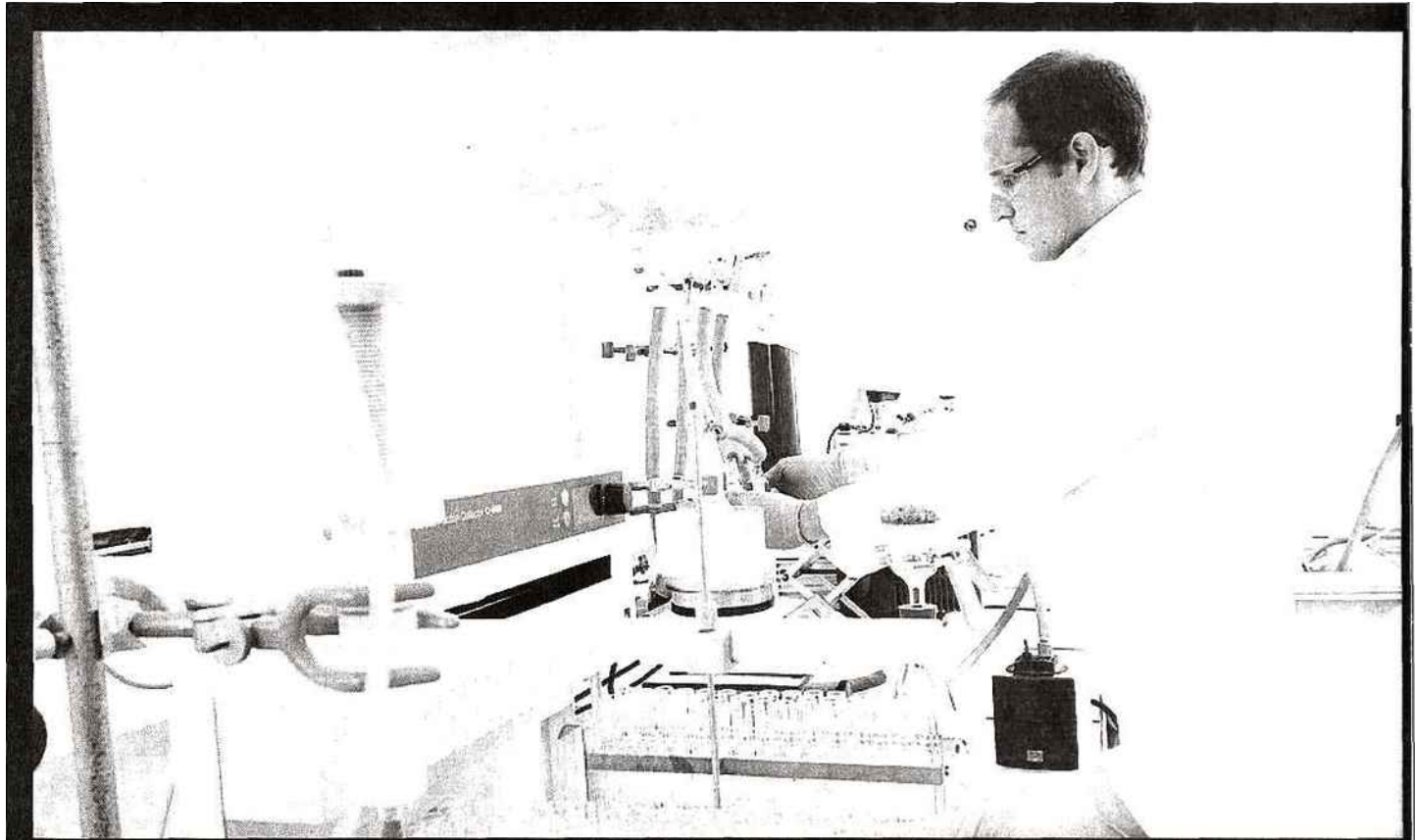
d'euros et la moitié d'entre elles exportent. « *Ces sociétés ont une vision à moyen et long terme. Elles veulent poursuivre leurs dépenses en recherche et innovation car elles sont le socle de leur croissance* », poursuit Abbas Djobo. « *Les dirigeants doivent réfléchir à tous les process de production, de distribution et de gestion afin de préparer les produits qui leur donneront une avance sur leurs concurrents* », analyse Jean-Marie Ordonneau, associé, coresponsable de PwC Services aux entrepreneurs.

Le crédit impôt-recherche plus efficace

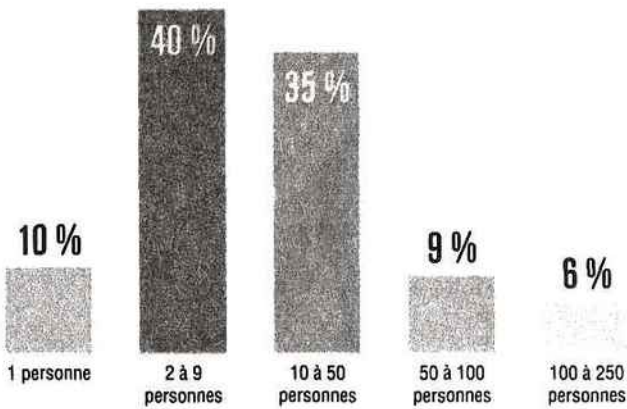
Les décisions prises depuis plusieurs mois ont contribué à cette situation. La loi Tèpa, qui autorise les assujettis à l'ISF à régler le montant de leur impôt en investissant dans des PME, permettra d'attirer au moins 350 millions en trente mois vers ce type d'entreprise. Le rapprochement de l'Agence de l'innovation industrielle et d'Oséo et la réforme du crédit impôt-recherche ont aussi enrichi le catalogue des possibilités offertes aux chefs d'entreprise. Selon le quatrième baromètre du financement de l'innovation d'Alma Consulting Group, 54 % des très petites entreprises et des petites et moyennes entreprises utilisent le crédit impôt-recherche contre 41 % en 2007.

La mobilisation de 22 milliards d'euros par le gouvernement pour soutenir le crédit – 5 milliards sont déjà disponibles chez Oséo –, auxquels s'ajoutent les 30 milliards de la Banque européenne d'investissement, contribue également à les soulager. Ces mesures devraient permettre aux sociétés les plus agiles d'accroître leur avance sur leurs concurrents.

Y. LE G.

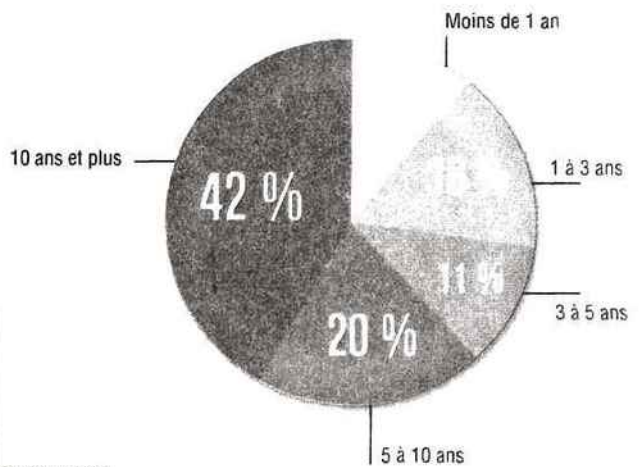


Répartition des PME innovantes en 2007 selon leur effectif



Source : OSED

Répartition par âge des PME innovantes en 2007



Source : OSED

Parfum des Oliviers dit merci à la loi Tép

Cette jeune pousse a levé 1,4 million grâce aux déductions fiscales prévues par la loi Tép.

C'EST en faisant la cuisine pour des amis que l'idée est venue à Jérôme Tricault : chaque plat mérite son huile particulière. Une pour le poisson, une autre pour la viande ou pour assaisonner les salades. « Par exemple, si vous mettez de l'huile d'olive pure sur du poisson, cela tue complètement le goût. Il faut y ajouter un peu de pistache », explique-t-il. Cette tocade de fin gourmet, il l'a d'abord validée dans de grands Salons agroalimentaires. À Cologne et à San Diego. Comme les prospects étaient réceptifs à la démarche, il a créé il y a deux ans Parfum des Oliviers.

Pour lancer son entreprise, Jérôme Tricault a investi de sa poche 190 000 euros : « Je disposais de cette somme, car j'avais vendu

mes parts dans mon entreprise précédente, une société d'études appelée Audirep », raconte-t-il. Avec ces fonds, il a fait élaborer des recettes d'huile par l'ancien grand chef cuisinier Gérard Boyer, qui a longtemps dirigé l'établissement étoilé Les Crayères, à Reims. Il a aussi bâti son site Internet, dessiné le design de ses bouteilles et déposé sa marque.

Bien, mais insuffisant. Fin 2007, Parfum des Oliviers disposait d'une gamme d'huiles se mariant avec tous les plats. Mais, faute de moyens, la société n'avait pas de force de vente. C'est là que Jérôme Tricault a pensé aux dispositifs de la loi Tép du 21 août 2007, qui permet aux redevables de l'ISF de bénéficier de déductions d'impôts en investissant dans une PME. Soit directement soit par l'intermédiaire de FIP (Fonds d'investissement de proximité). Une démarche qui lui a permis de lever... plus de 1,4 million

d'euros. « Je suis allé voir mon banquier, le CIC, et, après lui avoir présenté mon projet, j'ai récolté en quatre semaines 450 000 euros qui sont passés par des FIP », raconte ce patron de 38 ans. Le fonds de Private Equity Sigma, qui gère également un FIP, lui a apporté 450 000 euros. Enfin, en mobilisant son réseau, Jérôme Tricault a levé près de 560 000 euros apportés par des particuliers séduits par la déduction fiscale autant que par son projet.

Cinq commerciaux recrutés

Grâce à cet apport d'argent frais, Parfum des Oliviers a pu passer à la vitesse supérieure. « En avril, j'ai embauché cinq commerciaux qui démarchent les boucheries, les poissonneries, les maraichers... Résultat, nos produits sont présents dans 485 points de vente. » Cette année, Parfum des Oliviers compte vendre entre 110 000 et 125 000 bouteilles contre 26 000

en 2007. Surtout, la société a désormais à sa disposition quelques experts ayant investi grâce à la loi Tép dont les avis sont précieux : « Moi qui ai une expérience plutôt commerciale, j'apprends à leur contact en matière de finance », résume Jérôme Tricault.

Cette levée de fonds permet aussi à Parfum des Oliviers de ne pas souffrir du resserrement du crédit consécutif à la crise. « Pour l'instant, nous n'avons pas besoin de concours bancaire », résume Jérôme Tricault. Autre conséquence positive de cette augmentation de capital, Parfum des Oliviers a été crédibilisé auprès des acteurs publics. Grâce à la réévaluation de ses fonds propres, cette PME a pu bénéficier de l'assurance prospection simplifiée (150 000 euros) de la Coface pour chercher des débouchés internationaux.

JEAN-YVES GUÉRIN



Les données clés

- **Création** : avril 2006.
- **Capital initial** : 190 000 euros.
- **Chiffre d'affaires** : 254 000 euros en 2007, 900 000 euros prévus en 2008.
- Plus de 1,4 million d'euros levés grâce aux déductions fiscales sur l'ISF prévues dans la loi Tép.
- Dont 560 000 euros apportés par des particuliers.
- **Effectifs** : 8 salariés.
- **Siège** : Reims.

Kayentis se développe rapidement grâce au pacte PME

Ce dispositif permet aux PME d'augmenter leurs ventes aux grands groupes.

UN STYLO numérique un peu plus gros que la moyenne. Une station de travail pour envoyer les données. Grâce à cette technologie, les laboratoires Pierre Fabre reçoivent immédiatement les résultats de leurs études cliniques menées par des médecins aux quatre coins du monde. Bénéfice de l'opération : tout est analysé en deux semaines contre cinq auparavant quand les informations étaient remontées classiquement. Une réduction des délais signée Kayentis qui a mis au point ce fameux stylo numérique.

Attention, quand elle s'est créée, en 2003, cette PME ne paraissait pas de zéro : son PDG, Philippe Berna, est un « serial entrepreneur » qui avait déjà développé

avec succès une société technologique (spécialisée dans la certification de logiciels embarqués dans les avions). Et le géant Hewlett-Packard, avec qui Kayentis a coopéré au départ, avait planché sur le sujet. N'empêche, cette jeune pousse a beaucoup investi pour fiabiliser cette technologie. Du coup, même si son chiffre d'affaires est en forte croissance (voir encadré), les pertes restent importantes : 500 000 euros lors de cet exercice et 250 000 l'année prochaine. On l'a compris, Kayentis a beau avoir levé 8,5 millions d'euros, pour réussir son pari elle a besoin de développer ses ventes. Surtout dans le contexte actuel de crise financière, où les relations avec les banques se sont complexifiées : « Récemment, nous avons eu une réponse négative quand nous avons demandé à augmenter notre autorisation de

découvert », illustre Philippe Berna.

C'est là qu'intervient le pacte PME. Mise en place par le comité Richelieu, qui regroupe les PME innovantes, cette plate-forme permet aux jeunes pousses d'avoir un accès facilité aux grands groupes. Et de trouver ainsi de nouveaux marchés. Au travers d'une place de marché ou de rencontres thématiques réservées aux adhérents.

20 % des ventes à La Poste

Une démarche payante pour Kayentis, qui compte une quarantaine de collaborateurs. « Avec ce dispositif, nous avons rencontré tous les acheteurs de La Poste, à qui nous avons présenté notre solution, raconte Philippe Berna. Résultat, aujourd'hui, nous réalisons 20 % de notre chiffre d'affaires (500 000 euros) avec ce grand

Les données clés

- **Création** : novembre 2003.
- **Chiffre d'affaires** : 2 millions d'euros en 2006-2007 ; 3 millions en 2007-2008 ; 6 millions en 2008-2009 (projections).
- **Dont ventes réalisées grâce au pacte PME** : 500 000 euros en 2007-2008.
- **Grand groupe client grâce au pacte PME** : La Poste.
- **Effectifs** : 45 personnes.
- **Siège** : Gif-sur-Yvette.

compte. » Concrètement, La Poste teste le stylo numérique pour améliorer la traçabilité de ses colis. Elle planche également avec cette PME innovante pour que sa technologie serve à rendre plus pratique le cachet électronique. Kayentis a également profité du pacte PME pour nouer des partenariats avec d'autres PME. « Par ce

biais, nous avons rencontré Clever, une société capable de transmettre des données par SMS sécurisé, une innovation dont nous avions besoin », illustre Philippe Berna.

Et Kayentis n'est pas un exemple isolé : lancé en 2005, le pacte PME s'est beaucoup développé depuis. Il y a deux ans, 14 grands groupes seulement jouaient le jeu. On est passé à 28 en 2007 et à 50 cette année. Parmi eux, Lagardère, Alstom, la SNCF et le dernier venu, Danone. Il ne faut pas oublier non plus des collectivités locales comme la Ville de Paris. Côté PME, on compte 2 500 bénéficiaires. Avec des résultats tangibles à la clé : grâce à ce dispositif, les jeunes sociétés innovantes ont engrangé pour 7,2 milliards de contrats avec de grands comptes en 2007. Soit 1,3 milliard de plus que l'année précédente.

JEAN-YVES GUÉRIN

Sineo : le lavage automobile responsable

Grâce à un positionnement écologique, Sineo compte déjà 22 centres en France.

ÉCONOMIE d'eau, respect de l'environnement, huiles essentielles, insertion sociale... Olivier Desurmont, jeune entrepreneur de 32 ans, a tout bon ! Le PDG de Sineo, société de nettoyage de véhicules écolo, a surfé sur les tendances du moment. Mais il a aussi construit un modèle innovant et solide. Créée en 2004, sa société de service est présente sur tout le territoire français à travers 22 sites.

Concrètement, Sineo – « sine eau », pour « sans eau » – utilise un à cinq litres d'eau pour le nettoyage d'une voiture. Trente fois moins qu'avec les procédés traditionnels. Son secret ? L'utilisation de lingettes microfibrées réutilisables plus de 300 fois. En plus, ses produits d'entretien, des huiles essentielles végétales, sont 100 % biodégradables : ils ne laissent plus de traces dans les 28 jours. Un concept que Sineo est seul à avoir poussé aussi loin : « *Nous avons des petits concurrents mais pas d'équivalent* », résume Olivier Desurmont.

En fait, l'idée s'est imposée à lui pendant la canicule de l'été 2003, marquée par les restrictions d'eau. Il expérimente alors le lavage de voiture sans eau. « *Un résultat peu probant. Le nettoyage sans eau, qui existe depuis une dizaine d'années, utilise des produits issus de la pétrochimie.* » Il tient sa bonne idée. « *J'étais chef de projet chez Suez, avec un super-salaire, mais il me manquait quelque chose.* » Il donne sa démission et remonte dans son Nord natal où il fonde Sineo, avec 5 000 euros en poche. Il conclut un partenariat avec un laboratoire de chimie verte végétale, situé dans les Vosges. Le premier centre de nettoyage ouvre à Lille en 2005.

Aujourd'hui, Sineo compte la



moitié de ses clients parmi les professionnels du monde automobile. 20 % sont des entreprises privées, 15 % des collectivités publiques et 15 % encore des particuliers. Elle emploie à ce jour 200 salariés, dont 136 en contrat à durée déterminée d'insertion (CDDI), des contrats « tremplins » de vingt-quatre mois proposés aux personnes en difficulté.

Parallèlement à son cœur de métier qui est le nettoyage automobile, Olivier Desurmont commercialise depuis avril ses produits chez Norauto, Midas et Auchan. Car la société, qui consacre annuellement 200 000 euros en R & D, détient une vingtaine de brevets. Enfin, un premier centre hors de nos frontières, à Bruxelles, a été inauguré le 20 octobre. Et quinze ouvriront en Belgique dans les dix-huit mois à venir.

CAROLINE BEYER

Les données clés

- **Création** : août 2004.
- **Capital initial** : 5 000 euros.
- **Chiffre d'affaires** : 68 000 euros en 2005 ; 400 000 en 2006 ; 1,5 million en 2007 et 5 millions d'euros en 2008.
- **Sites** : 22 en France dont 15 franchises et 6 succursales.
- **Effectifs** : 200 salariés dont 136 en contrat d'insertion.
- **Brevets** : une vingtaine.
- **Siège** : Lille.

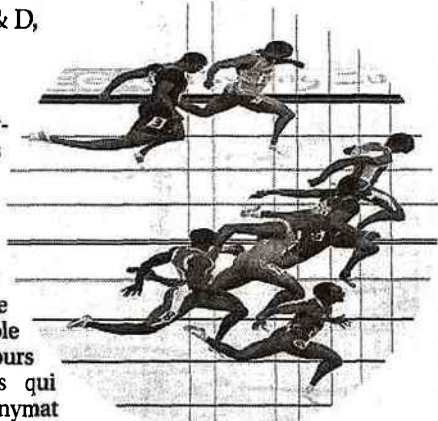
I2S : des photos sous tous les angles

Aidée de son service R & D, cette PME conçoit les caméras du futur.

LES photos finish qui permettent de départager les athlètes aux Jeux olympiques ? C'est l'œuvre de I2S. Les photos du *Titanic* prises dans la noirceur des profondeurs océaniques ? Encore une réalisation de I2S. Les caméras de contrôle de la fusée Ariane IV ? Toujours I2S. Autant d'innovations qui n'ont pas fait sortir de l'anonymat cette PME fondée en 1982 par deux ingénieurs de l'aérospatiale. Président du directoire de cette société, Jean-Pierre Gérault ne s'en formalise pas : « *Nous vendons parfois nos inventions à de grands comptes qui se les approprient. Ainsi, c'était le cas des photos finish signées Swiss utilisées aux Jeux de Pékin.* »

En tout cas, cela n'empêche pas ce spécialiste des capteurs de vision et de l'acquisition d'images, coté sur le marché Euronext-Alternext, de continuer son développement : l'année dernière, il a généré un chiffre d'affaires de 15 millions d'euros en progression de 3 millions par rapport à 2006. Bref, I2S est en bonne santé même si, comme toutes les PME, elle s'interroge sur les conséquences de la crise financière : « *Certains de nos clients diffèrent des commandes et à plus long terme nous craignons des retards de paiement* », reconnaît Jean-Pierre Gérault.

Pour rebondir dans ce contexte agité, I2S applique la recette qui a fait son succès : miser sur l'innovation en s'appuyant sur un service R & D surdimensionné (18 personnes sur 60 salariés au total). Avec un budget recherche à la hauteur : près de 1,2 million d'euros. « *Parfois, nos clients nous demandent aussi de travailler sur leurs propres idées* », explique Jean-Pierre Gérault. Ainsi, c'est I2S qui a conçu de A à Z des scanners surpuissants qui permettent de numériser près de 3 000 pages par



heure. En revanche, c'est à la demande de Canal+ que I2S a mis sur pied sa dernière trouvaille : un système qui détecte si, lors d'un match de football, le ballon a franchi la ligne de but. Présentée il y a quelques jours à Monaco au Sportel, le Salon consacré au sport et à la télé, cette technologie a reçu un accueil favorable des chaînes de télévision, des producteurs et des clubs.

Mais l'avenir de I2S n'est pas seulement ludique. Cette PME travaille aussi avec le groupe Thales sur la conception d'un casque révolutionnaire de pilote d'avion. Via un système de vision 3D centré sur ses pupilles, le pilote aura, quelle que soit la position de sa tête, toujours ses instruments de navigation sous les yeux. Une nouvelle façon d'y voir encore plus clair pour I2S.

CHARLES GAUTIER

Les données clés

- **Création** : 1982.
- **Chiffre d'affaires** : 12 millions d'euros en 2006 ; 15 millions en 2007.
- **Effectifs** : 60 collaborateurs dont 18 au service R & D.
- **Investissement en R & D** : 1,2 million d'euros en 2007.
- **Produit innovant** : un scanner qui numérise 3 000 pages/heure.
- **Siège** : Pessac (Aquitaine).
- **Filiales** : États-Unis et Chine.

► Principaux secteurs d'activité des PME innovantes en 2007

Répartition des PME innovantes en 2007

INDUSTRIE	
Industries des équipements mécaniques	8 %
Industries des équipements électriques et électroniques	6 %
Métallurgie et transformation des métaux	5 %
Chimie, caoutchouc, plastiques	5 %
Industries agricoles et alimentaires	4 %
SERVICES	
Activités informatiques	18 %
Architecture, ingénierie et contrôle	11 %
Recherche & Développement	6 %
COMMERCE	
Commerce de gros, intermédiaires	7 %

Source : OSEO

Darégal réinvente les herbes congelées

Cette entreprise centenaire doit sa longue histoire à ses innovations répétées.

PLUS ergonomique, plus pratique aussi pour conserver son produit. PDG de Darégal, le spécialiste des herbes aromatiques congelées, Luc Darbonne est très fier de son nouveau packaging qu'il a présenté au Sial (Salon international de l'agroalimentaire) il y a dix jours. Il faut dire que l'innovation est son dada : il consacre 3 % de son chiffre d'affaires à la recherche et développement. Jusqu'à l'an dernier, un ingénieur de l'Institut national de la recherche agronomique (Inra) travaillait d'ailleurs à temps plein pour Darégal. Sa mission ? Améliorer les espèces des variétés cultivées pour que les plants soient plus productifs, plus solides et les herbes plus goûteuses.

Un souci de l'innovation toujours présent dans la longue histoire de cette PME familiale. Créée en 1887 par l'arrière-grand-père de Luc Darbonne, Darégal travaillait d'abord exclusivement les plantes médicinales à destination des laboratoires pharmaceutiques. Puis, à cause de la concurrence des pays de l'Est, le père de Luc Darbonne lui a fait prendre un premier virage dans les années 1950 en passant aux plantes aromatiques déshydratées utilisées dans les préparations alimentaires. Darégal fournissait alors Nestlé en cresson déshydraté pour faire du potage.

C'est Luc Darbonne qui, à la fin des années 1970, a l'intuition que le surgelé va constituer une révolution. Il se lance alors dans les plantes aromatiques congelées. Et livre lui-même ses produits chez Picard, la chaîne de magasins de produits surgelés qui vient alors d'ouvrir. Darégal fournissait aussi en persil au beurre les producteurs d'escargots en Bourgogne. Aujourd'hui, l'entreprise diffuse ses produits de grande consommation chez Picard, Carrefour, Auchan ou



Casino. Mais elle travaille aussi avec des industriels à qui elle fournit des ingrédients entrant dans la composition des plats préparés. Et elle produit les herbes qui servent à l'élaboration de fromages épicés. Darégal vend donc ses références en Europe, aux États-Unis, au Japon, à Taiwan et en Corée du Sud. « Notre métier est compliqué car le produit est très petit. Du coup, nous n'avons pas beaucoup de concurrents et nous trions une part de marché supérieure à 50 % », explique Luc Darbonne. Pour conserver son avance, Darégal construit elle-même ses machines de traitement des herbes. Dernier projet en date du PDG : l'ouverture d'une usine en Andalousie dont le coût s'élève à 10 millions d'euros. Après, il sera temps pour l'arrière-petit-fils du fondateur de confier la direction de l'entreprise à son fils.

ANNE JOUAN

Les données clés

- **Création** : 1887.
- **Spécialiste** des herbes congelées : depuis 1976.
- **Chiffre d'affaires** : 115 millions d'euros en 2007.
- **Part du chiffre d'affaires affecté à la R & D** : 3 %.
- **Effectifs** : 500 personnes.
- **Siège** : Milly-la-Forêt (Ile-de-France).
- **Filiales** : Royaume-Uni et États-Unis.