



Ma priorité, c'est le soutien à l'emploi dans tous les territoires de l'Occitanie, grâce à des actions concrètes et efficaces. Depuis 3 ans, la Région a doublé le nombre des entreprises aidées, petites ou grandes, dans tous les secteurs, grâce à des dispositifs adaptés et souples.

Carole Delga
Présidente de la Région

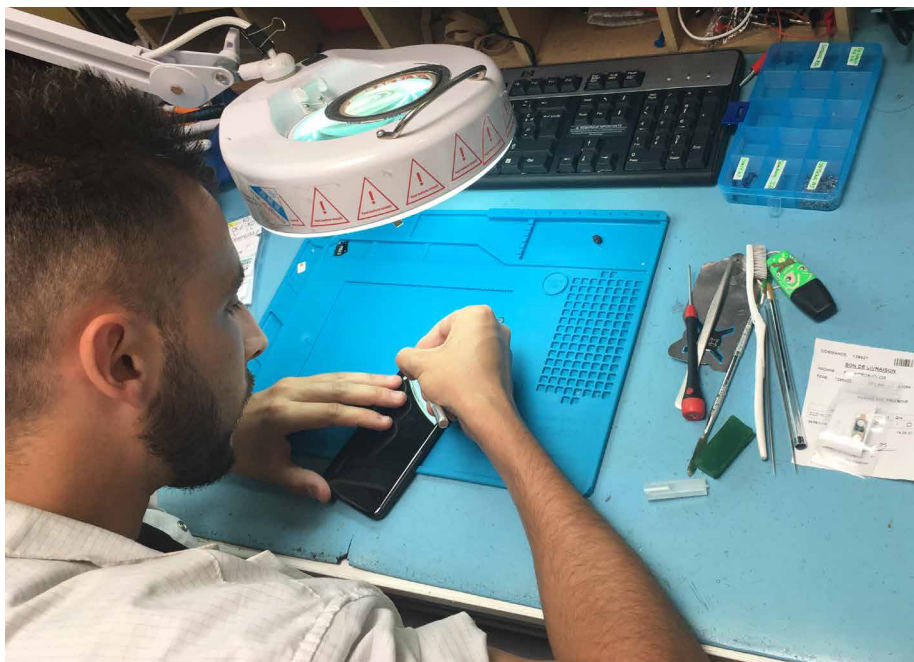
Sofi Groupe, modèle d'économie circulaire et d'actionnariat salarié

www.smaaart.fr

Sofi Groupe, qui reconditionne des smartphones et des tablettes numériques et les revend sous la marque Smaaart, vient de lever 4 millions d'euros. La Région Occitanie a joué un rôle décisif dans l'opération. L'entreprise est détenue en majorité par une dizaine de salariés.

L'économie circulaire et l'actionnariat salarié au service du développement économique. C'est la belle histoire de Sofi Groupe, implantée à Saint-Mathieu-de-Trévières, dans l'arrière-pays héraultais. La PME surfe sur le reconditionnement de smartphones et de tablettes numériques. Cette année, l'entreprise aura remis sur le marché 50.000 smartphones, son cœur d'activité, sous la marque Smaaart, soit 50 % de plus qu'en 2018. Derrière cette actualité chiffrée, une longue histoire, débutée en 1986. Sofi Groupe a en effet suivi l'évolution de la télécommunication.

« Nous avons commencé par des Minitel, puis avons continué avec des fax, des décodeurs, des box ADSL et des téléphones, avant de s'attaquer aux smartphones », sourit Marlène Taurines, directrice générale. La société, auparavant exploitée par le groupe Anovo, a été rachetée en 2012 par sept salariés. Ils sont aujourd'hui une dizaine



à détenir en majorité le capital. Les autres actionnaires sont des business angels et le fonds Quadia. Le bâtiment, vaste de 3.600 m², est configuré pour la montée en puissance prévue lors des prochaines années. Sofi Groupe prévoit une forte progression d'ici à cinq ans, « pour passer de 9 à 50 millions d'euros de chiffre d'affaires et de 100 à 300 salariés », précise Marlène Taurines. Sofi Groupe a créé avec Pôle emploi un programme de formations en interne, destiné à des demandeurs d'emploi en fin de droit.

« On recrute sur la seule motivation, et non pas sur les diplômes. Une session de 10 à 15 personnes se tient tous les trimestres », détaille-t-elle.

« La Région Occitanie a compris notre changement d'échelle »

Pour accompagner cette croissance, Sofi Groupe vient de lever 4 millions d'euros. La moitié est levée auprès de la société d'investissement Quadia. L'autre moitié est abondée par la Région Occitanie, l'Ademe, bpifrance,

la Direccte et des banques privées.

« *Nous sommes en hypercroissance, nos besoins financiers ne sont pas les mêmes qu'il y a un an, avec un besoin de fonds de roulement et des projets innovants à financer, explique Marlène Taurines. La Région a compris ce changement d'échelle auquel nous sommes confrontés, à travers l'accompagnement 'Pack Croissance'. Cela a donné un bon signal aux autres partenaires bancaires.* »

La carte du positionnement premium.

La société achète des smartphones en France, les répare puis les remet sur le marché via des revendeurs ou

des clients particuliers, « à un prix inférieur entre 20 et 50 % par rapport au neuf », indique Jean-Christophe Estoudre, président. La remise en état dure d'une semaine à deux mois. Face à des concurrents chinois ou indiens, Sofi Groupe joue la carte d'un positionnement premium, « avec des garanties de qualité et un service après-vente ».

Autre atout : alors que la plupart

des acteurs se concentrent sur Apple, Sofi Groupe est un réparateur multimarques. Les clients sont des revendeurs, des particuliers, ou des entreprises. La marque Smaaart se lance également dans cinq hypermarchés Carrefour, à travers des 'shop in shop' : deux en région parisienne, un en Paca, un en région lyonnaise et un... à Portet-sur-Garonne, à côté de Toulouse.

À retenir

La PME a un besoin accru de fonds de roulement et des projets innovants à financer. En apportant son aide, la Région a compris ce changement d'échelle. Cela a donné un bon signal aux autres partenaires bancaires.

Les ambitions des repreneurs de la chapellerie Crambes

www.crambes-hats.com



La célèbre fabrique de chapeaux Crambes retrouve de l'allant, avec la reprise de l'affaire par un solide couple d'entrepreneurs. Un soulagement pour les 40 salariés de cette PME située à Caussade, dans le Tarn-et-Garonne.

Un couple aux manettes, pour un nouveau départ. Catherine Vampouille et Benoît Besnault, tous deux âgés de 49 ans, viennent de reprendre la célèbre chapellerie Crambes (chapeaux et casquettes), auprès de Thierry Fresquet, 65 ans, dans le cadre du départ à la retraite de ce dernier.

L'ancien gérant ne faisait pas mystère de sa volonté de vendre. Ce, dans un contexte difficile pour l'entreprise.

Nouveau souffle

Depuis la reprise, le 15 avril 2019, les repreneurs ont fixé comme objectif prioritaire de « pérenniser l'activité à

Caussade, sans internationalisation de la fabrication », insiste Benoît Besnault. Plusieurs chantiers sont lancés : relance d'une collection pour femmes, suivi des tendances de la mode et du prêt-à-porter, développement de la marque Crambes en Asie et en Amérique du Nord, « où les marchés sont porteurs, et en attente d'une entreprise ayant une histoire à raconter », investissement dans un logiciel « pour mieux maîtriser la chaîne de l'achat des matières premières à la livraison des produits finis », renouvellement du parc informatique... Autre réflexion : la création d'un magasin d'usine. Une façon efficace de mettre en valeur les chapeaux en tissu, feutres ou autres coiffes de paille qui font la réputation de l'enseigne dans le monde entier.

Aide déterminante de la Région

La Région Occitanie a accompagné le projet grâce au dispositif transmission-reprise à hauteur de 50.000 euros. Une aide précieuse, « qui nous a permis d'entamer rapidement nos projets, alors

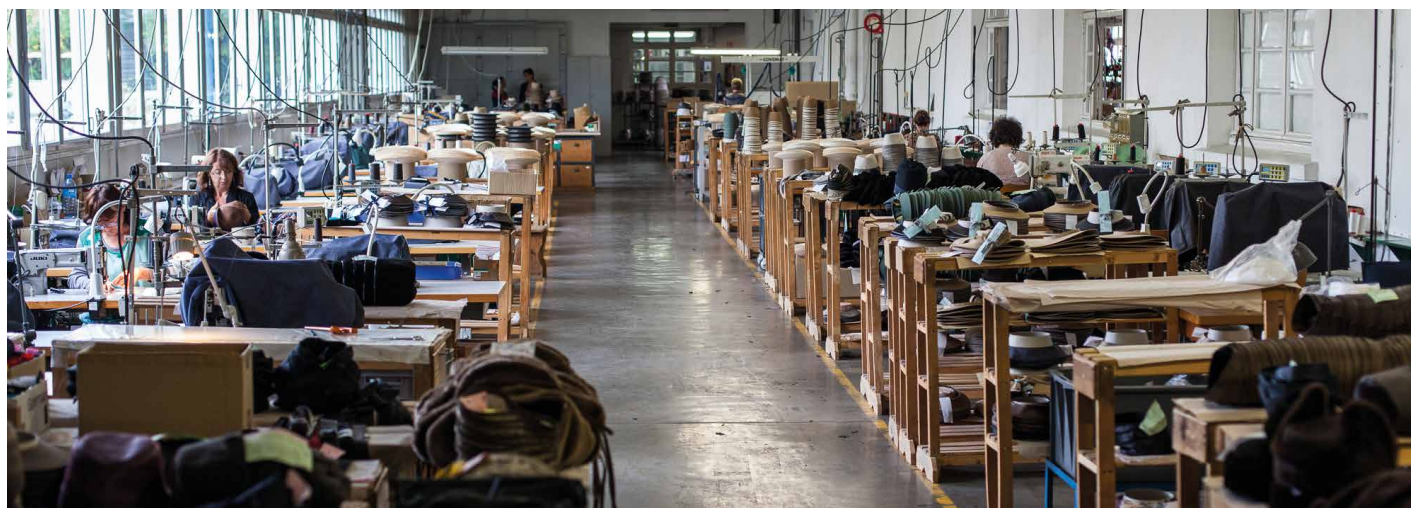
que l'entreprise n'était pas en forme ». Concrètement, une thermocolleuse a été acquise pour 42.000 euros. Une opération « impossible sans cette aide de la Région Occitanie ». Et devenue indispensable : « L'ancienne machine datait du début des années 80. Elle avait fait son temps, présentait beaucoup de rebuts. Pour des marques de luxe, on ne peut pas se permettre de ne pas présenter une qualité optimale. » D'autres investissements sont prévus, pour l'acquisition d'une brodeuse, d'une étiqueteuse et de nouvelles machines à coudre. Côté communication, la refonte du site web (avec lancement d'une activité e-commerce), de l'identité visuelle de la marque et de la charte graphique a été confiée à une agence locale. L'investissement global s'élève à 200.000 euros. Avec l'objectif de revenir à l'équilibre dès 2020.

Accueil positif par les salariés

Passée une période de crainte, relative au changement, la reprise a été bien accueillie par les salariés. Les

nouveaux propriétaires ont pris soin de leurs équipes.

Une salle de pause a par exemple été inaugurée. « On a marqué la reprise en buvant du champagne, s'amuse Catherine Vampouille. Plus sérieusement, notre stratégie avait été exposée collectivement, avant même la signature de l'acte. C'est enthousiasmant d'emmener les salariés dans ce projet, de donner du sens. Ils en manquaient cruellement. Ils ne savaient plus pourquoi ils produisaient, et ne se rendaient plus compte qu'ils étaient capables de produire des chapeaux que l'on retrouve sur la tête de stars de cinéma ! Personne n'en parlait. Nous allons travailler à partager les informations. Nous les réunissons pour annoncer les bonnes nouvelles, les lancements, les nouveaux clients... » Deux audits de clients, dont un audit social, avec des interviews de salariés, « montrent que les gens sont contents de ce changement. Ils sentent une dynamique, et ce que l'on met en œuvre va dans le sens de ce qu'ils attendaient ».



Crambes, un gage de qualité

Crambes réalise 3,6 millions d'euros de chiffres d'affaires et emploie 40 salariés. L'activité est multiple : production et commercialisation pour des chapelleries, des magasins de vêtements et des forains ; Fabrication à façon pour les grandes marques de luxe (Hermès, Lacoste, Louis Vuitton, Céline...); Négoce de produits achetés en gros en Europe et distribués à travers une gamme plus large. 8 % de l'activité est réalisée à l'international : Japon, Corée du Sud, Europe et Amérique du Nord. La PME produit chaque année entre 80.000 et 100.000 unités par an, principalement des chapeaux. Les flux sont manuels (pas de grande série). L'atelier couture comprend un parc de 30 machines et emploie 17 personnes. Le prix de la qualité.

Les coulisses de la reprise

« C'est ma 2e reprise d'entreprise, rembobine Catherine Vampouille. J'ai utilisé les réseaux connus pour identifier Crambes : les bourses à l'entreprise sur le site du Fisac et de la Bpi, le réseau CRA (cédants et repreneurs d'affaires)... Nous avons mis en place des alertes sur ces sites, avec nos critères : un certain volume d'affaires, autour de 4 millions d'euros, la volonté d'être conjointement aux commandes, une implantation de préférence dans le Sud et une entreprise qui produise, et non pas positionnée sur des prestations. Crambes correspondait à l'ensemble de nos critères. Le savoir-faire nous plaisait. Le marché du chapeau est une niche, qui se porte plutôt bien. Nous avons pris contact avec Thierry Fresquet, et nous nous sommes rencontrés sur le salon Made In France à Paris. Il fallait que le courant passe : il est bel et bien passé ! » Lorsqu'ils sont venus visiter l'entreprise, les

repreneurs ont le coup de cœur. Il y a eu une phase de négociation. Le cédant met beaucoup d'affectif dans la cession de son 'bébé'... alors que l'acquéreur regarde surtout les comptes. « Mais on s'est mis d'accord assez rapidement. L'accord des banques a, lui, été plus difficile à obtenir, car l'entreprise perdait de l'argent. 'Il n'y est pas arrivé, pourquoi y arriveriez-vous?', ai-je souvent entendu. Nous remercions le cédant de nous avoir laissé entrer plusieurs fois dans l'entreprise, avant la signature. Nous avons pu ainsi identifier de façon fine l'état précis et les axes de progrès, développer une vision de ce que nous voulions faire et apporter des arguments précis aux partenaires financiers. Thierry Fresquet a aussi accepté de baisser le prix. En fait, les deux parties souhaitaient que l'affaire se fasse », conclut Catherine Vampouille.

Des repreneurs solides

Pour le couple de repreneurs, ce n'est pas une première aventure entrepreneuriale. Catherine Vampouille, ingénieure de formation, a déjà repris, entre 2009 et 2017, une TPE (9 salariés) de Montbéliard, fabriquant des ressorts et des pièces en fil métallique. « Mon père avait son affaire. Après 14 ans chez PSA, à Sochaux, où je me suis occupée des process et des études, j'ai eu envie de voler de mes propres ailes », explique-t-elle. Benoît Besnault dispose, lui, de 20 ans d'expérience chez PSA, puis chez le groupe américain TRW, racheté par l'Allemand ZF. Une solide expérience à l'international, pour ce titulaire d'un doctorat en biomécanique (Arts et Métiers) et d'une agrégation en mécanique (Normale Sup).

À retenir

La Région Occitanie a accompagné le projet à hauteur de 50.000 euros. Une aide précieuse, qui a permis par exemple l'acquisition d'une nouvelle thermocolleuse, pour 42.000 euros.

Atmosphère Systèmes et Services cible le Japon avec le contrat Export

www.atmosphere.aero

Spécialiste des systèmes communicants par satellites, la PME toulousaine a bénéficié d'un Contrat Export avec la Région Occitanie. Depuis, les actions se multiplient : mission Japon, recrutements, soutiens à des actions de prospection... Témoignage de Jean-Marc Gaubert, gérant d'Atmosphère Systèmes et Services.

Cap sur le Japon. Jean-Marc Gaubert, gérant d'Atmosphère Systèmes et Services, PME spécialiste des

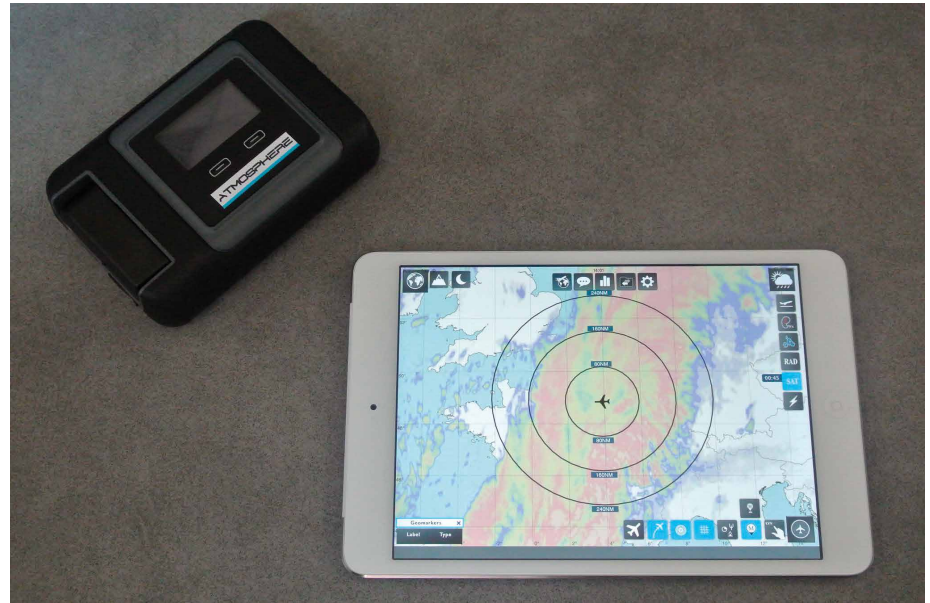
systèmes communicants par satellites, revient enchanté de la 3e mission Japon organisée par la Région Occitanie, du 21 au 26 septembre. Sa PME de 10 salariés, créée en 2008, basée à Ramonville-Saint-Agne (à côté de Toulouse) et œuvrant dans l'aéronautique, réalise déjà la moitié de son chiffre d'affaires (800.000 euros) à l'international. Un niveau déjà atteint « depuis cinq ans, sur des marchés comme l'Allemagne ou l'Amérique du nord », explique le dirigeant. Sur la destination Japon, Atmosphère Systèmes et Services

cible « entre 100 et 150.000 euros par an, pour commencer ». Quel est l'intérêt de faire partie, pour la 2e fois (après celle de 2018), de la mission emmenée par Carole Delga, présidente de la Région Occitanie ? « Notre démarche devient plus globale, et moins individuelle, répond-il. Des perspectives de collaborations à plus long terme se dessinent avec des acteurs régionaux nippons : des clients directs, des distributeurs, des importateurs ou des partenaires locaux. »

Un séjour mené au pas de charge, et ponctué par une douzaine de rendez-vous. Des portes se sont ouvertes pour la PME toulousaine, à la fois celles de grandes institutions, comme la Jaxa (Cnes japonais), ou des entreprises japonaises de petite taille, « appartenant à des clusters, que nous n'aurions pas pu identifier seuls », reconnaît Jean-Marc Gaubert. Exemple, « des entreprises spécialisées dans les produits pour les drones. Il s'agit parfaitement de notre cible, mais ces acteurs restent très peu visibles ».

Deux recrutements

L'aide de la Région Occitanie ne se limite pas à cette mission au Japon, aussi profitable soit celle-ci. Atmosphère Services et Systèmes a en effet bénéficié d'un Contrat Export fin 2017 avec la collectivité, assurant des cofinancements pour environ 100.000 euros sur deux ans. Avec des actions très concrètes. « Nous avons embauché une commerciale japonaise, Eriko Fukuda, détaille Jean-Marc Gaubert. Elle effectue la prospection et est présente à tous nos rendez-vous avec des acteurs japonais. Ce recrutement est un atout-maître dans la



relation commerciale. » Autre coup de pouce donné par le Contrat Export : l'embauche d'un VIE (Volontariat International en entreprise), cette fois en Allemagne, « notre premier marché à l'export », au bureau de Munich. Le terrain de jeu est vaste outre-Rhin : « L'Allemagne compte 6 instituts de recherche, qui financent par exemple des projets dans le domaine du climat. Ils ont davantage de moyens, pour la recherche, qu'en France. » Le Contrat

Export couvre aussi le support aux missions de prospection, la participation à des salons export, les rencontres B&B...

Atmosphère Systèmes et Services vend ses solutions à des clients de type Airbus, à des constructeurs ou équipementiers de rang 1, ou pour des instituts scientifiques qui organisent des vols relatifs à des projets portant sur le climat, notamment.

Une aide qui permet d'amorcer la pompe

C'est l'une des forces du Contrat Export : il permet à la PME de tenir dans la durée. « Entre le premier contact et une première vente, il faut compter entre 24 et 36 mois, explique Jean-Marc Gaubert. Les actions que l'on impulse doivent pouvoir être soutenues sur une durée assez importante », pour amorcer la pompe. En Allemagne, Atmosphère Systèmes et Services a mis « trois ans pour entrer au DLR (équivalent du Cnes). A présent, nous avons établi une relation de travail continue, et disposons d'une visibilité de 15 ans ». Prudent, le dirigeant affirme que « la croissance pour la croissance n'est pas une fin en soi. Nous recherchons un business sain et pérenne. L'export est l'un des axes de développement pour nous, car nous travaillons sur un marché de niche. Le marché national n'est pas suffisant ».



Une forte activité R&D

Atmosphère Systèmes et Services fait partie de programmes européens R&D de type Clean Sky. Chaque année, son budget R&D s'élève à environ 250.000 euros, soit un tiers des revenus ! « *Nous travaillons sur le développement de terminaux satellites de nouvelle génération, assurant plus de capacité, des services multimédias,*

des envois d'images et de vidéos par satellite sur des petits terminaux... », décrypte Jean-Marc Gaubert. Une campagne a été menée cette année avec Météo France à La Réunion, pour un projet orienté climat. Une autre mission est prévue en 2020 à La Barbade, toujours pour une campagne de mesures liées à l'observation de l'évolution du climat.

À retenir

Le contrat Export de la Région Occitanie a notamment permis le recrutement d'une commerciale japonaise et la participation aux missions Japon de 2018 et 2019.



Les visages de l'économie
Région Occitanie

Directrice de publication :
Carole Delga

Rédacteur en chef :
Hubert Vialatte (@Alerteco)

HUB ENTREPRENDRE
OCCITANIE

Faciliter vos démarches grâce à un parcours d'accompagnement simplifié dans un espace personnalisé : voilà l'ambition du hub « **Entreprendre en Occitanie** ». - hubentreprendre.laregion.fr