

# 50 %

## DE BAISSÉ D'EFFECTIFS DANS LE JURA

Face à ses difficultés financières, le département du Jura baisse les dotations de son comité du tourisme qu'il finance à 75 %. Il en exige aussi un plan de restructuration sur la moitié des salariés, une trentaine. Un plan de départs

volontaires a déjà abouti à la suppression de cinq postes. En début de semaine dernière, une assemblée générale du comité a voté contre le plan mais la direction cherche à remettre en question la validité de cette décision.



Shutterstock

## Les Auvergnats refusent le Far West

**PUY-DE-DÔME** — Claude Malhuret, président du Pôle métropolitain Clermont-Vichy-Auvergne, se mobilise contre l'isolement de l'Auvergne. Il a expliqué à France 3 la nécessité de « faire une métropole d'équilibre à l'ouest de la région ». Sinon, « nous deviendrons le dernier des Mohicans, le Far West de la région Auvergne-Rhône-Alpes ».

# Le retour du disque vinyle profite au dernier grand presseur français MPO

## PAYS DE LA LOIRE

Le groupe connaît une croissance de 45 % sur ce segment.

Le 33-tours entre dans une stratégie « luxe » allant de l'impression à la logistique.

Emmanuel Guimard  
@EmmanuelGuimard  
— Correspondant à Nantes

Le bon vieux disque noir est de retour, celui qui grésille sous le saphir. Cette renaissance fait le bonheur de MPO, l'un des trois derniers grands presseurs européens. Près de 10 millions de galettes sont sorties l'année dernière des 16 lignes de moulage de Villaines-La-Juhel, en Mayenne, contre 6 millions l'année d'avant. « La croissance est de 35 à 40 % par an », indique Alban Pinget, directeur général du groupe qui espère encore trois ou quatre belles années de progression.

Sur les lignes, on passe de séries de 100.000 pièces (Adèle, Renaud, Springsteen, le dernier Bowie...) à de petites éditions de 300 disques. De 20 personnes en 2012, l'équipe vinyle est passée à 120 personnes sur un outil qui tourne 24 heures sur 24. Et le vinyle représentera un chiffre d'affaires de 25 millions d'euros cette année sur un total d'environ 90 millions. Près de 80 % de ce volume est



La renaissance du vinyle fait le bonheur de MPO, l'un des trois derniers grands presseurs européens. Photo Jean-François Monier/AFP

exporté notamment aux Etats-Unis où les presseurs ont arrêté leurs lignes depuis longtemps.

### Presses d'occasion

De fait, MPO n'a jamais cessé cette production historique. Le groupe, fondé en 1957, avait conservé une petite activité vinyle pour les DJ, les passionnés et les petits labels. Avec le regain d'intérêt des majors, il a fallu réaménager un atelier et relancer de vieilles machines. MPO, qui va s'équiper de huit lignes supplémentaires, est même allé acheter des presses d'occasion en Amérique du Sud. Les salariés ont dû se réapproprié l'analogique. A la différence du numérique testé auto-

matiquement, c'est l'oreille humaine qui prévaut. Pour Alban Pinget ce regain dépasse la seule tendance vintage. « On avait un peu oublié le son. J'ai une clientèle de 25 à 30 ans n'ayant même pas connu le CD. » Pour le dirigeant, le disque redevient un produit de luxe, avec un emballage valorisant, des coffrets, des collectors que l'acheteur montre, manipule. « Pour l'artiste, le 33-tours est le produit noble par excellence et pour la maison de disques il permet de garder le lien avec la distribution en magasin », dit-il aussi.

Le succès du vinyle vient à point nommé pour compenser une activité CD et DVD qui poursuit sa

dégringolade, au rythme, d'environ 15 % par an. Ce support optique représentait encore 90 % des ventes du groupe en 2012. Le vinyle entre aussi en cohérence avec l'activité de services que MPO développe pour la cosmétique et le luxe. Dans ce domaine, le groupe a développé une offre allant de la fabrication d'emballages cartonnés jusqu'à la livraison en magasin. Le vinyle et cette diversification ont permis de renouer avec la croissance et avec un résultat à l'équilibre l'année dernière. Ce développement, le groupe familial, qui emploie 500 salariés en France, entend le poursuivre en procédant à moyen terme à une augmentation de capital. ■

# La justice annule l'autorisation de la décharge GDE dans l'Orne

## NORMANDIE

Ségolène Royal s'est déplacée vendredi pour féliciter les opposants à la décharge.

L'industriel va engager un recours devant le Conseil d'Etat.

Philippe Legueltel  
— Correspondant à Caen

A Nonant-le-Pin (Orne), vendredi soir, les opposants à la décharge ouverte par GDE (Guy Dauphin Environnement) avaient le sourire. La ministre de l'Environnement, Ségolène Royal, engagée à leurs côtés depuis août 2015, avait même fait le déplacement pour saluer « leur magnifique combat ». Un peu plus tôt, la bataille juridique engagée par les associations de protection de l'environnement contre l'industriel spécialiste du recyclage des déchets avait franchi une étape importante devant la cour administrative d'appel de Nantes.

Les juges ont annulé l'autorisation d'exploiter le centre de stockage de déchets non dangereux, pourtant accordée par le tribunal administratif de Caen, cinq ans plus

tôt, face « aux risques importants de pollution des cours d'eau à proximité du site et à l'incapacité de l'exploitant à garantir l'absence d'impact de la décharge sur l'environnement et la santé ». La fermeture du site est désormais effective. « La société ne peut comprendre un tel revirement de la part de la justice et des pouvoirs publics, qui crée une insécurité juridique défavorable à tout investissement industriel dans notre pays », a aussitôt réagi GDE, filiale française du groupe néerlandais Ecore.

### Terre d'élevage

Située sur des terres d'élevage, la décharge de déchets industriels banals (DIB) et de résidus de broyage automobile (RBA), ouverte en 2013, avait rapidement suscité une vive opposition, allant jusqu'au blocage du site pendant près d'un an. Longtemps judiciaire – vingt-cinq jugements ont déjà été rendus – le combat a pris une tournure politique l'été dernier après la venue de Ségolène Royal à la préfecture de l'Orne. GDE devrait maintenant engager un recours en Cassation devant le Conseil d'Etat. L'industriel étudie également la question d'une demande de sursis à exécution, « la décision fragilisant considérablement la pérennité du site s'il devait rester à l'arrêt pendant plusieurs mois », indique-t-il. ■

## ENTREPRENDRE

avec la CCI PARIS ILE-DE-FRANCE

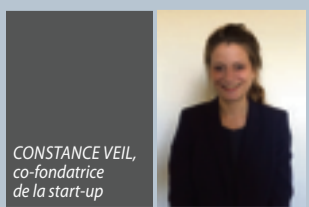
### CityChef : quand la haute cuisine s'invite dans nos assiettes

Lancé en 2015, CityChef propose un service de livraison à domicile de repas gastronomiques. « Notre rêve est de permettre à tous ceux qui le souhaitent de découvrir des saveurs nouvelles et exceptionnelles », résume Constance Veil, co-fondatrice de la start-up. « Le défi consiste à apporter la même qualité chez les particuliers que celle servie par les grands chefs dans les restaurants, et ce à des prix accessibles ». Concoctés par le jeune chef du moment, les repas sont livrés froids, accompagnés d'une fiche explicative. « Tout est préparé le jour-même, mais nous arrêtons la cuisson 5 minutes avant la fin », explique-t-elle. « En suivant les instructions pour terminer la cuisson et dresser les assiettes, nos clients peuvent déguster nos plats à la bonne température, comme le chef les aurait servis dans son restaurant ».

### Se lancer dans l'aventure

Ouvert du jeudi au samedi, CityChef propose aujourd'hui un menu différent toutes les semaines et livre plus de 70 repas par week-end. Mais pour Constance Veil, il n'est point question de s'arrêter là. « À moyen terme, nous souhaiterions offrir à nos clients un choix plus ample et passer à 150 couverts par jour, tout en gardant la même

qualité de service », précise-t-elle. Diplômée de Ferrandi, école française de la gastronomie de la CCI Paris Ile-de-France, Constance Veil a, en effet, plusieurs cordes à son arc. « Il s'agit d'une formation non seulement très complète, mais aussi très concrète. Les stages y occupent une place importante et il y a une vraie communauté qui se forme », développe-t-elle. « En 3e année de Bachelor, j'ai travaillé sur CityChef pour mon projet de création d'entreprise. Face aux encouragements et à l'accueil qui lui a été réservé, j'ai décidé de me lancer vraiment dans l'aventure ». Une expérience qui a également permis à la jeune entrepreneure et à son associée d'intégrer un programme de coaching proposé par l'accélérateur Incuba'School. « Nous y avons appris énormément de choses », se souvient-elle. « Au-delà du partage d'expérience, le fait de rejoindre ce programme nous a permis d'être entourées et soutenues, à la fois dans l'immédiat et à long terme ».



CONSTANCE VEIL, co-fondatrice de la start-up

Entrepreneurs, la CCI Paris Ile-de-France vous accompagne dans le développement de votre entreprise : entreprises.cci-paris-idf.fr

# innovateurs

## Braineet imagine la boîte à idées digitale des grands groupes



### LA LEVÉE DE FONDS BRAINEET

Date de création : 2014  
Président et cofondateur : Jonathan Livescault  
Montant : 1 million d'euros  
Effectif : 10 personnes  
Secteur : numérique

Chantal Houzelle  
chouzelle@lesechos.fr

La plate-forme de partage d'idées originales imaginée par Braineet, qui vise à rapprocher les marques de leurs clients, compte une trentaine de grands abonnés : Auchan, Unilever, M6, Vinci, EDF... « Nous sommes très fiers que la SNCF nous ait récemment choisis pour l'accompagner dans sa démarche de cocréation avec sa clientèle », se félicite Jonathan Livescault, président de Braineet. Ce concept a jailli dans l'esprit de cet ex-consultant chez Oliver

Wyman, diplômé de l'Essec et d'un MBA à Duke aux Etats-Unis, alors que ce passionné de foot était immobilisé six semaines après une rupture du ligament croisé. « J'ai écrit les débuts de Braineet en une vingtaine de "slides". Je n'en dormais plus, donc je ne pouvais pas ne pas lancer ce projet », se souvient-il. En février 2014, il s'associe à Alban Margain, directeur opérationnel passé par l'EM Lyon, la Shanghai University puis Bearing Point, et avec Pierre Gourlaouen, directeur technique, un expert du Web formé à l'Epitech, HEC et la California State University. « Sur le marché de l'écoute client digitale, nous sommes les seuls à être une plate-forme multimarque sur laquelle elles dialoguent chaque jour avec les consommateurs », assure Jonathan Livescault. « Pour recruter notre équipe technique, nous avons eu la chance d'être soutenus par Xavier Niel, Marc Simoncini et Jacques-Antoine Granjon à travers leur initiative 101 Projets », rappelle-t-il. Ces entrepreneurs VIP sont toujours présents au premier tour de table que Braineet vient de boucler à 1 million d'euros avec le concours de Newfund, principal actionnaire après les fondateurs qui restent largement majoritaires. L'un d'eux ouvrira l'antenne de Braineet aux Etats-Unis en 2017. ■

## En s'offrant Fumouze, Biosynex prend la tête des tests de diagnostic



### LA STRATÉGIE BIOSYNEX

Date de création : 2005  
PDG : Larry Abensur  
Chiffre d'affaires : 20,3 millions d'euros en 2015  
Effectif : 100 personnes  
Secteur : tests de diagnostic

Christian Lienhardt  
— Correspondant à Strasbourg

Quelques semaines avant le lancement de son nouveau produit phare, l'autotest HIV à faible coût, l'alsacien Biosynex rachète Fumouze, la division diagnostic in vitro de Sofibel, filiale française spécialisée en parfumerie et cosmétique de l'américain Church & Dwight. Par cette acquisition, Biosynex se hisse en France au premier rang des tests de diagnostic rapide et prend pied sur deux nouveaux segments de marché où Fumouze occupe une posi-

tion dominante : la parasitologie et les automates de tests d'urgence, notamment pour l'hématologie.

« Très présent dans les hôpitaux français et dans les laboratoires, Fumouze est avant tout un distributeur et développe une offre très complémentaire à la nôtre », explique Larry Abensur, PDG de Biosynex, coté sur Alternext Paris. Basée à Levallois-Perret, la société Fumouze était déjà le premier client du groupe alsacien et concourait à 10 % de son chiffre d'affaires, qui a atteint 20,3 millions d'euros l'an dernier. Depuis 2013, elle distribuait déjà sous son nom certains tests de diagnostic rapide conçus et fabriqués par Biosynex.

Dès le mois de juillet, lorsque le rachat sera formellement finalisé, Fumouze sera une marque du groupe et ses salariés seront intégrés à l'équipe de Biosynex. Et Larry Abensur a déjà annoncé un renforcement, en France et à l'international, de la force commerciale autour d'une offre complète en tests de diagnostic pour tous les types d'affection. « Cette opération nous confère désormais une taille critique en Europe et va générer un chiffre d'affaires supplémentaire de 7 millions d'euros, élargissant ainsi notre périmètre de 35 % », estime le dirigeant. ■