

## LES STRATÉGIES, LES PROJETS, LES INVESTISSEMENTS

## Les entreprises qui dynamisent

## Renault Trucks porté par la demande de l'Europe centrale et de l'Est

Les cabines de camions sont une spécialité de Caen, au même titre (ou presque) que les pompiers ! Il y a en effet cinquante ans que l'on fabrique des cabines de camions à Blainville-sur-Orne, tout à côté de la ville. L'histoire a commencé avec Saviem devenu ensuite Renault Véhicules Industriels (RVI), la division camions de Renault. En 2001, au terme de 18 plans sociaux, le site change de propriétaire et devient Renault Trucks, filiale du groupe suédois Volvo (après l'acquisition de RVI par Volvo en échange d'une prise de participation de Renault de 20 % dans le groupe Volvo).

## 200 MILLIONS D'EUROS INVESTIS SUR LE SITE DE BLAINVILLE

L'usine, qui produit toutes les cabines de camions du groupe Renault, les camions Midlum, divers équipements industriels et des faisceaux électriques, emploie 2.500 salariés permanents et plus de 700 intérimaires. Avec les fournisseurs et différents prestataires qui y sont installés, le site industriel — le plus important du groupe Volvo — fait travailler plus de 3.600 personnes. Porté par un marché favorable, fortement soutenu par les collectivités, ce site jugé très compétitif par Volvo bénéficie depuis 2001 de gros investissements. « De 2001 à 2009, près de 200 millions d'euros auront été investis sur le site de Blainville-sur-Orne », souligne la direction de Renault Trucks à Blainville-sur-Orne.

Ainsi, 57 millions d'euros d'investissement viennent d'être annoncés par Volvo pour accroître la capacité de ce site. L'objectif assigné à l'usine caennaise est de produire 90.000 cabines en 2009, 100.000 cabines par an à l'horizon 2012, contre 66.000 en 2006. Dans l'attente de la mise



Les commandes de camions ont progressé de 68 % en Europe au premier semestre 2007 pour le groupe Volvo, dont Renault Trucks est la filiale.

en œuvre de ces investissements, des mesures ponctuelles sont mises en place pour passer d'une production de 350 à environ 400 cabines par jour à partir d'octobre 2007. « Cela fera de Blainville le second centre de production de cabines de camions dans le monde », insiste la direction de Renault Trucks.

Au-delà des augmentations de capacité, l'investissement vise aussi à résorber les « goulots d'étranglement ». Le projet prévoit donc une nouvelle ligne automatisée de tôlerie, un nouveau bâtiment de peinture, une nouvelle organisation du

garnissage des cabines et des flux logistiques simplifiés. Pour accompagner ces augmentations de capacité, le groupe Volvo a prévu 240 recrutements supplémentaires en 2007 sur ce site. Il est vrai que les investissements et les embauches résultent d'un carnet de commandes florissant. « Il n'a jamais été aussi fort », précise le constructeur. Les commandes de camions ont progressé de 68 % en Europe au premier semestre 2007 pour le groupe Volvo. Un chiffre dû à l'explosion du marché du camion en Europe orientale.

CLAIRE GARNIER, À CAEN

## France Télécom R&amp;D, le futur des entreprises

Implanté à Caen depuis 1983, le centre de recherche et développement de France Télécom est l'un des moteurs du pôle de compétitivité Transactions électroniques sécurisées (TES). Ce site, qui emploie près de 300 salariés (dont deux tiers d'ingénieurs chercheurs, techniciens), est dédié au paiement électronique, aux applications de messagerie, aux services d'annuaires, aux services inter-applicatifs d'échanges en entreprise.

L'un des enjeux pour France Télécom R&D est de mettre au point « l'interfonctionnement » des services multimodaux pour les intégrer aux process et portails intranet des entreprises. Les chercheurs de Caen planchent sur les systèmes réseaux nécessaires aux « services conversationnels fixes et mobile voix et vidéo-IP » (Internet protocole). Enfin, le site de Caen est associé au développement des technologies sans contact (Near Field Communications, NFC). En 2005, il a participé avec Philips, Samsung et Orange à une expérimentation mondiale de cette technologie. Pendant six mois, 200 habitants de Caen ont expérimenté un mobile utilisant cette technologie pour payer leurs achats.

C. G. ■

## Hamelin, un géant européen de la papeterie scolaire et du bureau

En cette période de rentrée scolaire, il est impossible d'échapper aux produits Hamelin. Entreprise aussi ancienne que discrète dont l'activité précise n'est pas toujours connue des Caennais, ce groupe de Caen est pourtant le leader européen des articles de papeterie scolaire et de bureau. Hamelin est à la tête de marques de stature mondiale à très forte notoriété : Oxford (cahiers), Canson (beaux-arts) et Elba (matériel de classement).

L'entreprise emploie au total 4.500 salariés dont environ 500 personnes dans la région caennaise — le siège et trois sites industriels et de logistique. Elle transforme des matières premières (bobines de papier, carton, plastique) en articles de papeterie et de bureau. « Nous fabriquons 98 % de ce que nous vendons », précise Stéphane Hamelin — quatrième génération à la tête de l'entreprise —, le discret président du groupe (800 millions d'euros de chiffre d'affaires prévus pour 2007).

## BELLE OPÉRATION

Le groupe Hamelin, qui réalise 90 % de son activité en Europe, se déploie aujourd'hui dans trois grandes familles de métiers : le cahier et l'agenda, le classement (classeurs à anneaux, classeurs à leviers, dossiers suspendus, intercalaires, pochettes perforées) et les enveloppes, avec une spécialité dans les enveloppes spéciales et imprimées utilisées dans le marketing direct. Les articles



Hamelin est à la tête de marques de stature mondiale à forte notoriété : Oxford, Canson, Elba... Il emploie 500 personnes dans la région caennaise.

de bureau représentent les deux tiers de l'activité de ce groupe qui a pour clients les « fournisseuristes » de bureau (Lyreco, Calipage, Buro+, Office Depot, Staple, etc.) et la grande distribution. Pour cette dernière, il produit à la fois sous ses marques propres (Oxford, Elba), en marques distributeurs et aussi en « premiers prix ».

Le groupe Hamelin, qui opère dans un secteur d'activité très concentré, a réussi une très belle opération fin 2006 en rachetant l'activité mondiale grand public de Canson — à l'exclusion de la fabrication de papier — à Arjowiggins, leader mondial des papiers de création et technologiques. Cette acquisition lui a permis de s'enrichir de la très ancienne marque Canson, numéro 1 mondial des articles de papeterie pour le dessin et les beaux-arts.

C. G. ■

## Le groupe Bateur, roi de la parapharmacie et des cosmétiques

Faut-il dire groupe Bateur ou Laboratoires Gilbert ? À Caen, on confond souvent les deux. Explication ? Ce groupe spécialisé dans la parapharmacie et les cosmétiques s'est construit autour des Laboratoires Gilbert, son vaisseau amiral, créé au début du siècle par un pharmacien, Alexis Gilbert, qui commercialisait un emplâtre à base de feuilles de saule pour les cors et les durillons. En 1958, Jacques Bateur rachète les Laboratoires Gilbert et implante l'entreprise à Hérouville-Saint-Clair. C'est son fils, Laurent Bateur, l'actuel PDG, qui sera à l'origine de la forte expansion de cette entreprise devenue un groupe réunissant aujourd'hui une dizaine de sociétés (dont Sabiluc et Hygena International).

## STRATÉGIE DE DIVERSIFICATION

Toujours indépendant et toujours détenu par la famille Bateur, ce groupe a doublé son chiffre d'affaires en quatre ans (à 200 millions d'euros) et réalisé en 2006 un résultat net de 2,2 millions d'euros. Laurent Bateur a développé sa stratégie autour de deux axes : un élargissement de la palette des produits de parapharmacie vendus par son groupe et une diversification dans les soins de première urgence et dans le domaine des cosméti-

ques, de l'hygiène et des shampoings. Le pôle parapharmacie, qui regroupe tous les produits commercialisés en officine et en parapharmacie dans la grande distribution, constitue le noyau dur (80 %) de l'activité. Cela comprend quelques produits à statut de médicament (unidoses stériles de sérum physiologique, d'éosine, trousse de secours, etc.), des produits d'hygiène, des lunettes solaires, des pinces à épiler... Les laboratoires Gilbert détiennent de nombreuses marques leaders sur leur marché,

telles que Pharmadose, Dolo-dent, Parasidose, Elle-Test, Moustidose, sans oublier le dentifrice Clinomint, les accessoires d'allaitement et de puériculture et les biberons.

Pour la petite histoire, Bateur est toujours leader sur le marché des kératolytiques avec le fameux emplâtre Feuille de Saule... Parallèlement à ces activités, le groupe s'est ouvert, à la faveur de rachats de sociétés, à la cosmétique dite marine, avec la

marque Algothorm. Ces produits haut de gamme (souvent composés d'algues) sont diffusés dans les instituts de beauté, les spas et les centres de thalassothérapie... dont la Thalassothérapie de Deauville, acquise par le groupe Bateur en 1998.

C. G. ■

## CARTE D'IDENTITÉ

Activité : parapharmacie, cosmétique.

Date de création : 1904.

Siège : Hérouville-Saint-Clair.

CA 2006 : 100 millions d'euros.

Effectifs : 620.

## LES STRATÉGIES, LES PROJETS, LES INVESTISSEMENTS

# isent Caen

## Agrial valorise les produits de ses 10.000 agriculteurs sociétaires

Une centaine de coopératives ont abouti en 2000, par fusions successives, à la création d'Agrial, groupe coopératif agricole et agroalimentaire, dont le siège social est à Caen. Très implanté dans le grand ouest de la France, ce groupe a réalisé 1,5 milliard d'euros de chiffre d'affaires en 2006 (+ 4,3 %) pour un résultat net de 27,1 millions d'euros. Il emploie 6.700 salariés, dont 2.800 en Basse-Normandie, et « accompagne » quelque 10.000 agriculteurs sociétaires.

Agrial se déploie sur deux grands métiers. Il est producteur de matières premières agricoles (lait, viande bovine, porc, volailles, céréales, fruits à cidre et légumes), activité qui a généré en 2006 un chiffre d'affaires de 752 millions d'euros en légère progression (2 %) ; il est aussi transformateur de ces produits (lait, viandes,

### FLORETTE, LE LÉGUME FRAIS PRÊT À L'EMPLOI

La branche légumes recouvre Prim'Co (marque Priméale) et Florette (marque du même nom). Elle représente un tiers du chiffre d'affaires du groupe (527 millions d'euros en 2006), en hausse de 8 %. Sur ce marché en forte croissance, Florette entend conforter sa place de leader européen et améliorer ses marges. Florette (52 % de son activité en France, 27 % en Espagne, 18 % au Royaume-Uni et 3 % en Italie) vient de s'implanter en Italie et en Suisse.

légumes, boissons, etc.). Cette activité, qui a enregistré en 2006 une

croissance globale de 7,5 %, est connue du consommateur via les marques Valtéro pour la viande, et Florette et Priméale pour les légumes. Agrial va continuer d'orienter sa stratégie vers « la création de valeur » dans ces activités de transformation, tant en interne que par des rachats. Le groupe affiche sa position de « leader » dans le secteur du cidre : en 2004, il avait racheté les Cidreries du Calvados La Fermière (CCLF), le numéro un du secteur, avec environ 70 % de part de marché (marques Écusson, Loïc Raison, etc.).

Enfin, le groupe coopératif normand mise sur son réseau de distribution rurale pour se développer. Il gère un réseau de 180 magasins de distribution spécialisée - activités de jardin, bricolage, animalerie - avec les enseignes Point Vert, Point Vert Le Jardin et Magasin Vert. c.g. ■

## Malherbe roule en pole position du transport routier normand

Installé à Rots, tout près de Caen, ce groupe revendique le rang de « premier transporteur routier en Normandie », avec plus de 1.200 cartes grises. Entre 2000 et 2006, il a doublé son chiffre d'affaires. Repris en 2001 par Alain Samson, l'actuel président, ce groupe très présent dans le quart nord-ouest de l'Hexagone, entre Lille et Nantes, dispose d'un réseau de 16 agences en France.

L'essentiel de son activité est lié à son métier de transporteur et d'organisateur de transports. Il est également loueur de véhicules (10 % de

son chiffre d'affaires) et logisticien pour une part marginale de son activité. Ce transporteur travaille pour une multitude de secteurs, dont deux en particulier : l'agroalimentaire (40 % des ventes) et la grande distribution (16 %). Mais il transporte aussi toutes sortes de produits manufacturés dans la sidérurgie, l'automobile, l'industrie du papier, le bâtiment. L'appétit de Malherbe ne se dément pas : il finalise ces jours-ci une nouvelle acquisition. c.g. ■

### CARTE D'IDENTITÉ

**Activité :** transport routier.  
**Création :** 1953.  
**Siège :** Rots.  
**CA 2006 :** 106 millions d'euros.  
**Effectifs :** 700 salariés.

## Brittany Ferries, la locomotive du port de Caen-Ouistreham

La ligne transmanche Caen-Ouistreham-Portsmouth qui a fêté ses vingt ans l'an dernier est, de loin, la première ligne de la compagnie maritime bretonne Brittany Ferries (380 millions d'euros de chiffre d'affaire). Avec trois départs quotidiens en moyenne, elle a transporté en 2006 plus de 1 million de voyageurs (dont 85 % de Britanniques), 288.500 voitures et 120.340 camions et semi-remorques.

Dans un contexte difficile, en particulier pour le trafic de passagers, cette ligne a réalisé de meilleures progressions (+ 10 % pour les passagers, + 10 % pour les véhicules industriels) que ses concurrents ou les autres lignes de la compagnie. Brittany Ferries affirme qu'elle assure « à elle seule », la viabilité du port de Caen-Ouistreham dont elle représente les trois quarts de l'activité.

### IMPACT SUR LE TOURISME

Par ailleurs, elle contribue au développement économique de la région dans son ensemble, en dopant le secteur commercial



et touristique. Une étude citée par la compagnie estime qu'en 2005, les Anglais ont dépensé 60 millions d'euros dans la région. Toujours selon Brittany Ferries, la ligne Ouistreham-Portsmouth génère près de 1.000 emplois directs et indirects auxquels s'ajoutent 5.000 emplois induits. La compagnie qui est également tour-opérateur précise qu'elle vend 600.000 nuitées par an, dont 30 % en Basse-Normandie. c.g. ■

Avec trois départs quotidiens en moyenne, la compagnie a transporté en 2006 plus de 1 million de voyageurs, dont 85 % de Britanniques.

## PSA Peugeot-Citroën, les transmissions du groupe

Ancien site Citroën, l'usine de Cormelles-le-Royal, près de Caen, produit des liaisons au sol et des transmissions pour le groupe automobile. Ce site qui occupe 61 ha - dont 18 couverts - représente, d'après une enquête de Ouest France, la première taxe professionnelle de l'agglomération caennaise. Il produit 3 millions de « berceaux » et transmissions par an, pour l'équivalent de 5.000 véhicules par jour. S'il équipe sur le papier « tous les véhicules Peugeot et Citroën vendus dans le monde », il est plus particu-

lièrement dédié aux usines d'assemblage du groupe les plus proches que sont Aulnay-sous-Bois, Poissy et Rennes, précise Benoît Coquelle. Le directeur de l'usine rappelle aussi que le site utilise sa position géographique pour expédier, par voie maritime, des organes mécaniques, à destination de l'usine de montage de Vigo en Espagne. L'usine caennaise, qui fait appel à des savoir-faire

### CARTE D'IDENTITÉ

**Activité :** fabrication d'organes mécaniques.  
**Date de création :** 1963.  
**Siège :** Cormelles-le-Royal.  
**Estimation de CA :** 600 millions d'euros.  
**Effectifs :** 2.300 salariés.

multiples en mécanique, usinage, soudure, emboutissage et peinture, bénéficie d'environ 30 millions d'euros d'investissement par an. Les berceaux et les traverses sont réalisés dans des ateliers entièrement robotisés grâce à un parc de 400 robots. c.g. ■

## Eldim règne sur la qualité des images et des écrans

Leader mondial du contrôle d'écrans, Eldim (60 salariés) a été créé en 1992 par Thierry Leroux, un chercheur en microélectronique et matériaux du Leti, laboratoire du CEA (Commissariat à l'énergie atomique) situé à Grenoble. Spécialisée dans les produits pointus de métrologie pour le contrôle d'écrans, l'entreprise, basée à Hérouville-Saint-Clair, réalise des machines qui mesurent la qualité des écrans plats en termes d'angle de vue, de temps de réponse et d'uniformité. Elle mise aussi pour

l'avenir sur le marché de la mesure de la qualité des images en relief. La PME, qui travaille à 95 % pour l'export, est à la fois tournée vers les fabricants d'écrans plats, les assembleurs d'écrans et les fabricants des composants qui entrent dans la composition de ces écrans. En 2005, elle a ouvert son capital au fonds d'investissement Siparex pour financer sa croissance. Thierry Leroux refuse de communiquer son chiffre d'affaires afin, dit-il, de ne pas donner de grain à moudre à ses compétiteurs. c.g. ■

## Legallais Bouchard, quincailler de la modernité

Symbole de la « vieille économie », le quincaillier industriel qu'est Legallais Bouchard est aussi un modèle d'innovation. Cette entreprise d'Hérouville-Saint-Clair est passée en vingt ans de la vente traditionnelle de proximité, régionale, à la vente à distance sur le territoire national avec une croissance annuelle - uniquement organique - de son chiffre d'affaire de 10 % à 12 %.

Philippe Casenave-Péré, président de Legallais Bouchard qui aime s'appeler le « quincaillier d'Hérouville », résume ainsi le modèle mis en place : l'entreprise, qui vendait des serrures aux menuisiers locaux, vend toujours ses serrures à des menuisiers, mais via un catalogue, un centre

d'appels, un réseau commercial puissant et une logistique de pointe. Forte de son modèle singulier, la PME nourrit de solides ambitions :

### CARTE D'IDENTITÉ

**Activité :** distribution quincaillerie industrielle pour les professionnels.  
**Création :** 1889.  
**Siège :** Hérouville-Saint-Clair.  
**CA prévisionnel 2007 :** 100 millions d'euros.  
**Effectifs :** 460 salariés.

poursuivre son expansion géographique dans un secteur atomisé, essentiellement dans la France du Sud où elle est moins présente, développer la « marque jaune » Legallais et aller voir ce qui se passe au-delà des frontières.

De fait, la société est plus libre que jamais pour conduire son avenir. Entré en 1999 dans la société, le fonds d'investissement 3i vient en effet de sortir du capital à l'occasion d'un *owner buy out*, c'est-à-dire d'un rachat par une partie des actionnaires déjà présents : le management et la famille historique. c.g. ■