



Côte d'Azur

Des patrons qui innovent en débat à la foire de Nice

Club de l'Eco Source de croissance et d'emplois pour demain, l'innovation est au cœur de l'activité entrepreneuriale. Elle concerne autant le commerce, l'industrie et les services

Pas de meilleur endroit que la Foire internationale de Nice pour parler de créativité! Alors, avant que le rideau ne tombe sur cette édition 2014, Frédéric Jourdan-Gassin, président de Nicexpo et Paul Obadia, directeur général, ont convié les membres du Club de l'Eco de *Nice-Matin* à partager un petit-déjeuner et à évoquer les enjeux de l'innovation dans l'entreprise. La foire de Nice, aujourd'hui, c'est près de 800 exposants répartis sur trois sites.

« 40 % du C.A. annuel pendant la foire »

Selon Frédéric Jourdan-Gassin, « la foire, c'est d'abord le plus vieux mode de commercialisation. Il en existe depuis mille ans. Celle de Nice compte trois pôles. Le premier, c'est le Palais des Expositions. Sous cette voûte des années cinquante – qui représente une prouesse technique pour l'époque – on trouve tous les produits traditionnels. Ce sont souvent des petites entreprises qui les présentent. Elles font jusqu'à 40 % de leur chiffre d'affaires annuel lors de la foire. Ensuite, il y a, dehors, le plein air pour ce qui est jardins et piscines par exemple. Enfin, il y a le site « bâtir », à Acropolis. Ce sont des entreprises importantes qui proposent des équipements pour la maison : salle de bains, cheminées etc... C'est une clientèle qui vient avec un acte d'achat très précis. » Pour illus-



De gauche à droite : Laurent Pariente (responsable régional de Bieber PVC), Frédéric Jourdan-Gassin, président de Nicexpo, Dominique Bernard, président-directeur général du groupe *Nice-Matin*, Paul Obadia, directeur général de Nicexpo.

(Photos François Baillé)

trer son propos, Frédéric Jourdan-Gassin a convié Laurent Pariente, de Bieber PVC, une petite PME de 160 personnes (23 millions de C.A.) qui consacre 3 % de son C.A. à l'innovation et à la R & D. « Pendant mille ans on a mis du simple vitrage. Le double-vitrage aura vécu 30 ans. Aujourd'hui on travaille sur des vitrages intelligents : contrôle solaire ou à occultation programmée voire chauffants. »

Pour Paul Obadia la nouveauté, c'est au quotidien. « A chaque fois que je rencontre un journaliste, il me demande quoi de neuf à la foire. Alors, je vais voir les exposants et je leur demande. Aujourd'hui, un produit vit six mois avant de devenir obsolète. Il faut toujours être à la pointe du progrès pour faire le

buzz, attirer les journalistes et les visiteurs. Il y a trois ans nous avons présenté en première mondiale la télévision en 3D. Cette année, ce qui a été présenté c'est l'écran curve, le portable curve (dévoilé la semaine dernière à Barcelone), la machine à laver commandée par un smartphone et le réfrigérateur ressemblant à une Fiat 500 ».

La presse doit innover

Également à la tribune de ce petit-déjeuner du Club de l'éco, Dominique Bernard, le président du groupe *Nice-Matin* a évoqué les innovations qui animent la presse : « Les médias en général doivent faire face à un changement copernicien. Les grands paradigmes qui, pour moi, touchent les médias, sont au nombre de six. Le premier changement auquel on doit s'adapter c'est l'arrivée du gratuit. Le deuxième point : le mode de consommation a changé. Clairement. Aujourd'hui on consomme de l'information en permanence avec le podcast, le replay, le push, l'alerte... Le troisième : la montée en puissance de la vidéo. Plus de 5 milliards de vidéos sont regardées tous

les jours sur Youtube. Le quatrième : tout le monde devient fournisseur d'informations et non plus seulement les journalistes. Le cinquième : la montée en puissance des réseaux sociaux. Le sixième point : les demandes de publicité ont été totalement réorientées! Et tout cela en dix ans! Face à cela nous devons premièrement faire évoluer nos métiers. Un journaliste doit produire du contenu pour un éditeur qui va diriger l'article sur les différents supports. Deuxièmement, on doit revenir à un contenu payant! Il faut aller vers le paywall. Il faut « appâter » le lecteur avec quelques infos gratuites, puis le faire payer. Je dis cela car aujourd'hui Google préempte 85 % du marché publicitaire mondial du net! Des milliers de sites se partagent des clopinettes. Troisièmement, nous devons nous réorganiser car actuellement nous avons l'organisation du XIX^e siècle, les coûts du XX^e et nous devons aller chercher les revenus du XXI^e. Enfin, on doit s'appuyer sur les lecteurs et les blogueurs. Voilà les grandes innovations vers lesquelles nous allons ».

PH. C.

Faire face à la concurrence

L'innovation est indispensable à l'entreprise pour faire face à la concurrence.

La France est un pays d'ingénieurs mais il faut aussi valoriser les innovations « marketing » ou commerciales. Pendant des dizaines d'années, une bouteille d'eau d'un litre était en verre. Un jour quelqu'un s'est mis à la place du consommateur et elle est devenue en plastique, en bonbonne, en gourde, en quart, en pocket size... Ce sont des inventions mineures mais qui comptent. Lorsque Pierre-Noël Luiggi fonde *Oscaro.com* en changeant de paradigme c'est une innovation commerciale qui aujourd'hui a réalisé un chiffre d'affaires de 200 millions. C'est devenu la pépite du e-commerce. L'innovation c'est pour moi d'une part les innovations de progrès (amélioration du produit ou du service) et l'innovation de rupture : ce sont celles que le consommateur n'imaginait pas mais dont le créateur a perçu le potentiel. Et là, on change de paradigme!



Bruno Valentini, président de l'APM de Nice.



Le petit-déjeuner, au restaurant de la foire. (Photo François Baillé)

« Tous les jours de nouvelles choses »

« Tous les jours l'innovation est au cœur de nos métiers, tous les jours il y a de nouvelles



Isabelle Granjou-Marquet, responsables des relations extérieures de l'Edhec.

les choses. Le groupe a pris des axes stratégiques importants. Nous avons axé notre développement sur l'international. Aujourd'hui avec cette stratégie on a développé cinq campus Paris, Lille, Nice depuis 20 ans, Londres et Singapour. Nous sommes 17^e au niveau mondial. Le groupe Edhec c'est 6000 étudiants, dont 2000 à Nice, et dont 500 étrangers. Ce développement nous l'avons réussi grâce aux métiers de la finance dont le centre de recherche qui est à Nice. Un de nos points forts, c'est l'e-learning »

80 % du C.A. réalisés grâce des innovations de moins de 20 ans

« Le XXI^e siècle est vraiment le siècle du numérique. On le retrouve partout et pas seulement dans les médias. En 2013, le groupe a réalisé un chiffre d'affaires de 20 milliards. Sur ces 20 milliards, 16 ont été réalisés grâce à des services et des produits qui n'existaient pas il y a vingt ans. On est dans une logique non seulement d'innovation technologique, de services, d'usages, sociétales mais aussi en termes de métiers. Innover pour nous c'est à deux niveaux. Le premier les réseaux sociaux, la fibre, la 4G et globalement les infrastructures

du XXI^e siècle. Après avoir fait communiquer les hommes avec les hommes, les hommes avec les ordinateurs (c'est Internet), on est en train de faire communiquer les machines entre elles comme par exemple la chaudière et le smartphone. Et cela c'est tout le potentiel de développement de l'Internet des objets. Par ailleurs on suit de près le comportement de nos clients et c'est le deuxième niveau de développement : le cloud, la consommation d'image avec par exemple notre nouvelle chaîne Orange series disponible sur tablettes et



Laurent Londeix, délégué régional Provence Côte d'Azur d'Orange (A.-M. et Var).

smartphones. A la foire on présente le bloc qui est un projecteur connecté et autonome »

« Des outils adaptés aux besoins »

« L'Alfa forme du CAP au bac + 2 à un grand nombre de métiers. A la sortie de la guerre l'idée était de reconstruire la France. Former des maçons en six mois était déjà innovant. Puis l'Alfa s'est diversifié vers les métiers du tertiaire. Notre mission est de répondre aux besoins d'aujourd'hui comme la transition énergétique et la croissance verte. Le deuxième champ c'est la mise en situation reconstituée avec l'utilisation de simulateurs. C'est utile par exemple pour qualifier un

chauffeur routier breton à la conduite sur la neige ! »



Yann Picaut, directeur des centres de formation Alfa de Cannes La Bocca et de Nice.

Scoop : l'appli Google glass de la Caisse d'Épargne

« Aujourd'hui, le client ne rentre dans une agence que pour un conseil sur un prêt par exemple. Nombre d'opérations se font via Internet. La Caisse d'Épargne a développé un coffre-fort électronique avec un collecteur automatique de factures. Plus de 20000 clients y ont souscrit. Depuis hier, nous avons une application Google Glass. Cette appli permet par exemple de photographier des objets de valeurs et de les envoyer automatiquement dans le coffre-fort. Nous avons lancé aussi un portefeuille électronique pour les achats en ligne baptisé V.Me dans lequel on

peut enregistrer toutes ses cartes bancaires (*prononcer vimi*) pour les entreprises nous avons Dilzy, une caisse digitale destinée aux commerçants nomades qui n'ont pas de terminal de paiement électronique »



Christophe Pinault, président du directoire de la Caisse d'Épargne Côte d'Azur.

Nouveaux prêts pour les entreprises innovantes

« L'innovation ne va pas sans risque et parler de risque à un banquier, ce n'est jamais évident. En revanche, nous sommes conscients qu'une entreprise qui innove c'est une entreprise qui se développe. La banque est une activité traditionnelle très réglementée. Pourtant nous essayons d'accompagner nos clients qui innovent pas seulement dans la technologie mais aussi dans les processus ou dans le management. Nous avons mis en place deux nouveaux prêts dont un avec la Banque européenne d'investissement et le conseil régional pour accompa-

gner les entreprises qui veulent innover. Et demain nous lançons *Innovater Plus*, avec le Fonds européen d'investissement ! »



Jean-Philippe Dubar, directeur du marché entreprises, professionnels, agriculture et inter-nationals à la Banque Populaire.

Des outils pour aider les entreprises

« Il y a un paradoxe nous avons une grande richesse de créateurs d'entreprises innovantes et en même temps nous avons une chaîne de l'innovation à laquelle il manque plusieurs maillons. Depuis 2010, l'UPE a créé des outils pour compléter cette chaîne comme BA06Event qui a lieu la semaine prochaine à la CCI. Plus de 40 entreprises pourront se présenter à des investisseurs, à des donneurs d'ordre et des clients ainsi que des accompagnants. Par ailleurs, Stéphanie Godier préside la commission Enseignement supérieur innovation recherche. Elle

aide les entreprises à transformer une invention en une innovation. Elle fait le lien entre les entreprises du territoire »



Georges Dao (UPE), représentant Yvon Grosso et Stéphanie Godier, vice-présidente de la commission Esir.

Des biens verts et connectés

« Nous regroupons près de 600 entreprises. L'innovation nous la voyons sur les produits que nous sommes chargés de vendre. L'immobilier neuf (15% du marché) est plus réactif aux contraintes environnementales et aux nouveaux besoins en domotique. Sur l'ancien, nous sommes souvent en contact avec les grands groupes de communications et d'énergie pour tenter de les moderniser »



Michel Falcone, directeur général de la Fnaim Côte d'Azur.

Accompagner ceux qui débutent

« L'apport de la Chambre de commerce et d'industrie Côte d'Azur c'est la force du territoire. Nous sommes implantés partout. Notre mission est de soutenir les gens qui jusqu'à présent ne faisaient pas d'innovation pour qu'ils s'y mettent, même si ce n'est pas de la technologie. Pour info en Allemagne, seulement 30% des entreprises qui innovent sont dans le domaine des technologies. Nous faisons un autodiagnostic et puis nous les accompagnons dans la veille juridique, puis dans le domaine financier »



Michel Baravalle (CCI) représentant Bernard Kleynhoff.

L'Italie a toujours innové

« Quand on parle d'innovation en Italie, depuis Léonardo de Vinci, on sait de quoi on parle ! L'Italie a 5,5 millions de TPE et PME. Nombre d'équipements, dans les voitures par exemple, développés en France ont été inventés en Italie. Même chose dans le design, les technologies vertes : la liste est très longue et on continue à innover »



Agostino Pesce, directeur général de la CCI italienne.

L'artisanat doit mieux protéger ses innovations

« L'artisanat innove au quotidien même si cela n'est pas toujours mis en valeur. Le réflexe de l'artisan n'est pas toujours de déposer des brevets et de faire en sorte de protéger ses innovations. Mais si nous sommes encore la première force économique de notre pays c'est bien parce que nous avons tout le temps innové. L'artisan se démarque grâce à son innovation, sa technologie et son savoir-faire. Même dans le secteur de l'industrie, à travers la sous-traitance notamment, l'artisanat brille



Jean-Pierre Galvez, président de la Chambre de métiers et de l'artisanat du 06.

pour sa capacité à s'adapter. C'est le fondement même de l'artisanat »