

25 %

DES VENTES ANNUELLES DES MAGASINS DE MONTAGNE

Les six semaines de vacances d'hiver qui viennent de s'écouler, du 4 février au 10 mars selon les zones, ont représenté plus du quart des ventes annuelles pour certains points de vente des stations alpines, selon le cabinet Nielsen, contre 9 %

en moyenne en France. Ce sont ceux situés dans les Alpes et les Pyrénées qui en ont le plus profité (16 % et 15 % respectivement). Les magasins de montagne ont vu leur chiffre d'affaires progresser de +1,7 %, soit quatre fois plus vite que la moyenne.



Grande-Synthe aide les plus démunis

HAUTS-DE-FRANCE Le conseil municipal de Grande-Synthe a alloué 1,2 million d'euros à la mise en place d'un « *minimum social garanti* ». Les fonds sont destinés au Centre communal d'action sociale pour aider les personnes en deçà du seuil de pauvreté, soit 855 euros par unité de consommation. 3.700 personnes (17,2 % des habitants) sont concernés.

Airbus recycle les pièces d'avions en meubles design

OCCITANIE

L'avionneur précommercialisera à partir du 15 avril des meubles et des objets d'intérieur fabriqués en pièces d'avion recyclées.

Laurent Marcaillou
— Correspondant à Toulouse

Fauteuil en nez d'A350, buffet en fuselage d'A320, lampe en bielle... Airbus précommercialisera sur Internet à partir du 15 avril des meubles et des objets fabriqués en pièces d'avion recyclées. Le projet appelé « A Piece of Sky » a été développé dans l'incubateur Airbus BizLab à Toulouse par deux ingénieurs maison, Jérémy Brousseau, du service qualité du programme A350, détaché à mi-temps, et Anaïs Mazaleyra, affectée à la transformation digitale. Ils se sont rencontrés au cours d'une formation. « Nous avons pensé aux cimetières d'avions dans le désert américain. Ils sont vendus à la tonne de matière première, raconte Anaïs Mazaleyra. C'est une fin triste, et nous nous sommes demandé comment valoriser cet héritage indus-



Le porteur du projet, Jérémy Brousseau, avec les designers Christelle Doutey et Camille Chardayre autour du fauteuil fabriqué avec un nez d'A350. Photo Laurent Marcaillou pour Les Echos

trial. » Amateurs d'art, ils ont pensé à donner une seconde vie aux pièces d'avions Airbus en les transformant en mobilier, au moment où l'économie circulaire « progresse de 15 % par an en France ». Quelques sociétés le font déjà comme Aero-Design, en partenariat avec l'entreprise de retraitement d'avions Tarmac Aero-save dont Airbus est coactionnaire. « Nous avons fait une étude de marché et avons évalué la concurrence à

une dizaine de sociétés dans le monde, dit Jérémy Brousseau. Nous commençons par adresser les fans d'aviation et les salariés d'Airbus, mais nous voulons attirer le grand public pour vendre plusieurs milliers de pièces par an. C'est pour cela que nous avons choisi des designers qui ne sont pas spécialisés dans l'aviation. » Airbus a constitué une plate-forme de collaboration avec des designers de mobilier qui ont étudié la transfor-

mation de pièces sourcées en fibres de carbone, en aluminium et en titane notamment, comme des parties de fuselage, des hublots, des bords d'ailes, etc. Provenant des avions d'essais, du stock de pièces usées et plus tard des démolisseurs d'avions.

22 prototypes

Onze designers et artisans ont réalisé 22 prototypes qui seront pré-commercialisés sur Internet. Après les réservations, Airbus lancera un appel d'offres auprès des fabricants. Il leur donnera la matière et livrera les articles en janvier 2020. « Il est prévu de vendre 2.000 pièces en 2019 pour équilibrer l'activité et de doubler ou tripler ce volume en 2020, indique Jérémy Brousseau. Selon les volumes réservés en avril, l'activité sera intégrée dans Airbus où nous créerons une filiale, mais cela restera dans le groupe. » Le porteur du projet veut sortir de l'activité de niche pour industrialiser la fabrication à terme. Les prix varient de 700 à 800 euros la petite table basse en hublot à plus de 7.000 euros le fauteuil fabriqué avec un nez d'A350. « Nous avons déjà deux clients chez Airbus pour ce fauteuil, ce sont ceux qui ont dessiné la pièce », se félicite sa designer, Christelle Doutey. ■

La fonderie MBF Aluminium se prépare à entrer en Bourse

BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ

Le carnet de commandes de MBF, qui travaille pour des constructeurs automobiles, est rempli pour plus de sept ans

Monique Clémens
— Correspondante à Besançon

Sept ans après sa reprise par l'homme d'affaires italien Gianpero Colla au groupe Arche, l'entreprise MBF Aluminium a

doublé sa production, de 22 à 45 tonnes par jour, et prépare son introduction en Bourse pour mi-2019. Le carnet de commandes de cette fonderie d'aluminium sous pression est rempli pour plus de sept ans auprès de clients constructeurs automobiles. Le chiffre d'affaires qui a atteint 41 millions d'euros en 2018 devrait passer à 70 millions d'euros en 2022, d'après les commandes signées.

Depuis 2012 CMV aluminium, le holding qui porte MBF Aluminium – dont Gianpero Colla détient 90 % du capital – aurait injecté 10 millions d'euros pour revoir l'organisation industrielle, déployer un plan de for-

mation et renforcer le bureau d'études.

Partenariat avec Renault

Un partenariat a été lancé en 2017 avec Renault pour la fourniture d'un carter entrant dans la motorisation de ses futurs véhicules hybrides. En vitesse de croisière, MBF Aluminium en livrera 350.000 par an. « C'est la première fois que Renault confie les parties pièce brute et pièce usinée d'un produit semi-fini à un fournisseur », se félicite le directeur général Manuel Martins. MBF Aluminium livrera aussi à partir de juin 2019 des pièces de boîtes de vitesses à PSA, à Valenciennes puis en Autriche. L'entreprise

travaille également sur des projets avec deux constructeurs allemands pour des pièces de structure de leurs véhicules.

A Saint-Claude, MBF Aluminium emploie 300 personnes et 50 embauches sont prévues d'ici à 2022 pour honorer les commandes. Le projet d'introduction en Bourse doit aussi permettre à l'entreprise d'envisager des opérations de croissance externe pour répondre à la demande des constructeurs auto. « Notre produit, l'aluminium, est recyclable à l'infini, léger et doté de caractéristiques mécaniques importantes, nous sommes en plein dans l'air du temps », estime le président de MBF. ■

MDC met l'innovation au service du sport

LA PME À SUIVRE AUVERGNE-RHÔNE-ALPES

Effectif : 29 salariés
Chiffre d'affaires : 4 millions
Activité : accessoires de sport

Vincent Charbonnier
— Correspondant à Lyon

Trois en une. Cette formule est la marque de fabrique de la Manufacture drômoise de confection (MDC), plus connue sous la marque Cimalp. Elle l'avait étreinte en 2018 avec des lunettes en polycarbonate commercialisées avec trois paires de verres photochromiques inter-

changeables selon la luminosité ambiante. Cette année, cette entreprise de Saint-Marcel-lès-Valence (Drôme) adapte ce concept à des chaussures de trail, vendues avec trois paires de semelles, trois drops, d'épaisseur et de confort variables. Selon ces concepteurs, elles respectent les mouvements naturels du pied et du talon afin d'améliorer la pédo-préemption et de se rapprocher d'une course pieds nus.

Ce produit, né d'une discussion avec un médecin du sport, a été développé en partenariat avec le géant de la semelle Vibram et le bureau d'innovation lyonnais Spark Lab. Ces chaussures fabriquées au Vietnam sont vendues sous la marque Cimalp, sur Internet et dans des réseaux de revendeurs

spécialisés. Un seul modèle – masculin – est commercialisé pour l'instant. Une chaussure pour femme ne devrait pas tarder.

Partenariats en Asie

Dix ans après avoir repris l'entreprise familiale, Lionel Marsanne en poursuit la métamorphose. Selon un business model bien rodé. Chaque nouveauté fait l'objet de partenariats. Avec des Japonais et des Coréens, par exemple, pour des membranes textiles innovantes, produites ensuite en Chine et vendues sous licence par Dim pour l'une d'entre elles. Pour les lunettes, MDC s'est rapproché de fabricants taiwanais. Cimalp travaille aussi en étroite collaboration avec un cabinet de design à Barcelone, créé par

un de ses anciens salariés. Le chiffre d'affaires de MDC, un peu plus de 4 millions d'euros en 2018, progresse de l'ordre de 40 % par an. En 2019, il devrait dépasser 5 millions d'euros. L'effectif a été multiplié par trois en un peu plus de trois ans pour atteindre 29 salariés. A l'avenir, ses efforts commerciaux vont porter sur ses ventes à l'export. Cimalp est déjà présent en Chine, via un partenariat avec le groupe chinois Yeliya (400 millions d'euros de chiffre d'affaires) avec lequel la manufacture drômoise a signé un contrat de licence pour des produits très haut de gamme. L'équipe de bobsleigh chinoise arborait les couleurs de Cimalp aux derniers Jeux Olympiques d'hiver en Corée du Sud. ■

innovateurs

SymbioFIT, le protège-tibia sur mesure pour le grand public



DR

L'INVENTION VIRTUS

Date de création : 2016
Président : Thibault Nieddu
Effectif : 2 personnes
Secteur : sport

Léa Delpont

— Correspondante à Lyon

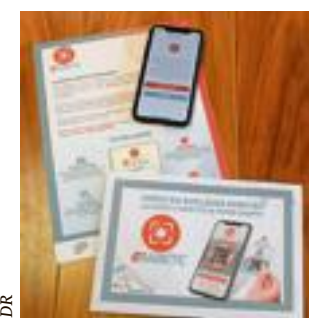
99,4 % des joueurs de football portent des protège-tibias. Ils connaissent bien les défauts – grattements, échauffements, allergies – de ces équipements inconfortables et mal ajustés. Mais l'achat d'une paire sur mesure, en carbone ou Kevlar moulé sur empreinte, qui coûte à minima 500 euros, est pour l'heure réservée à l'élite. A partir du 30 mars, la start-up lyonnaise Virtus lance son protège-tibia thermo-formable à 69,95 euros, un prix abordable accessible à tous les joueurs. Breveté et disponible en 4 tailles dès 1,10 mètre pour les enfants, SymbioFIT se présente sous la forme d'une plaque composée de trois couches :

un élastomère médical de la même classe que des orthèses - absorbeur de choc, hypoallergénique, antibactérien et antifongique -, une armure thermoplastique déformable et un tissu de verre enduit d'acrylique pour renforcer la solidité. « A la maison, il suffit de tremper les plaques dans l'eau chaude à 65 degrés, de les éponger et de les appliquer dix minutes sur ses jambes, avec les manchons de maintien fournis dans le kit », explique Thibault Nieddu, président et cofondateur avec Mathieu Rat.

Forme modifiable

Le thermoplastique, rendu visqueux à l'approche de 70 degrés, épouse exactement la forme du tibia. Et le procédé est réversible, une propriété bienvenue après un pic de croissance chez un adolescent. La protection fabriquée en Rhône-Alpes, éditée à 5.000 exemplaires pour cette première série, combine hygiène, confort et sécurité. Les manchons de maintien, tissés en revanche à Milan, offrent une compression dégressive pour favoriser la circulation sanguine. Vendu seulement en ligne, SymbioFIT, qui est personnalisable moyennant 20 à 40 euros supplémentaires, vise les 2,2 millions de footballeurs licenciés en France. Actionnaires majoritaires aux côtés de business angels locaux, les fondateurs de Virtus ont en ligne de mire 17 autres sports inclus dans la même certification NI361. ■

CEN Connect crée la carte numérique des patients diabétiques



DR

LE SERVICE CEN CONNECT

Date de création : 2017
Dirigeant : François-André Allaert
Effectif : 3 personnes
Secteur : e-santé

Didier Hugue

— Correspondant à Dijon

Les 150.000 personnes diabétiques de Bourgogne-Franche-Comté pourront prochainement échanger leur carte cartonnée indiquant cette maladie chronique contre iDiabète. Ce nouvel outil connecté qui a été mis au point par CEN Connect, filiale du groupe dijonnais CEN, va apporter au personnel médical, en particulier aux urgentistes, une aide précieuse. En cas de malaise voire de coma, ils seront immédiatement informés sur la nature du diabète, le traitement suivi et les complications éventuelles, évitant ainsi toute prise de risque.

En amont, le patient se procure un kit contenant une carte plastifiée et un QR Code unique qui lui sera affecté à vie. Il télécharge ensuite sur son smartphone l'application iDiabète, scanne le QR Code et le protège par un mot de passe. La dernière opération consiste à entrer les informations indispensables avec l'aide de son médecin, qui seront stockées chez un hébergeur agréé pour les données de santé. Si un incident survient, le médecin urgentiste saura comment accéder aux informations grâce au QR Code apposé au dos du smartphone.

5.000 patients en 2019

CEN Connect a conçu cette innovation en neuf mois pour un investissement en R&D supérieur à 200.000 euros. « L'initiative revient à l'association régionale des diabétiques qui voulait disposer d'une carte utile pouvant sauver des vies », précise François-André Allaert, président du groupe CEN, qui réfléchit à une extension nationale. Le conseil régional apporte une contribution de 100.000 euros pour offrir cette carte à plus de 5.000 patients en 2019. Disponible auprès de l'Association française des diabétiques de Bourgogne-Franche-Comté, dans les CHU de Dijon et Besançon, chez les diabétologues endocrinologues et dans de nombreuses pharmacies, son prix se situera en deçà de 10 euros par an. ■