

CB À LIMOGES POUR ESPÉRER PASSER UN AUTRE TOUR

Cholet s'en va défier Limoges ce soir en Coupe de France

PAGES SPORT

Le Courrier de l'Ouest – Mercredi 1^{er} octobre 2014

Cholet Basket plonge dans le grand monde

Les Choletais défient le CSP Limoges ce soir dans le Palais de Beaublanc. Tenue de gala exigée.

Si CB obtient son billet pour les 8^{es} de finale de la Coupe de France, les observateurs de la Pro A le regarderont d'un autre œil. Car le terme d'exploit prendra alors tout son sens. Laurent Buffard ne dit pas le contraire tout en exprimant un désir d'en découdre de bon aloi : « On n'y va pas en victimes. Même si on se mesure à une grosse écurie avec 11 pros pour jouer sur tous les tableaux et notamment l'Euroleague. »

Et si le CSP prenait la Coupe de France à la légère ? Une supputation balayée par Laurent Buffard : « Ils ont perdu le premier trophée de la saison (N.D.L.R. : le Match des Champions à Rouen, victoire de Nanterre 70-54). Il y aura donc de la surmotivation. En plus, ils jouent devant l'un des meilleurs publics de France, avec le nôtre. Ils n'ont pas le droit de se rater à Beaublanc. On sera tout seul au milieu. À nous de rester dans notre bulle. » Justement, le large revers contre Nanterre a donné des idées à la concurrence. « Même si leur dimension

athlétique est usante, ils ont des failles. On les a vues sur la vidéo et on se souvient aussi du match amical perdu de 4 points à Bressuire. Ils nous avaient pris 17 rebonds. Les gars ont été briefés à l'entraînement, notamment sur le repli défensif, » confie Laurent Buffard. L'entraîneur de CB peut compter sur tous ses soldats pour guerroyer en Limousin où les attendent Boungou-Colo, Moerman, Baptista, Smith and co.

Ce soir, 20 h, à Limoges

Le Courrier de l'Ouest – Mercredi 1^{er} octobre 2014

Cholet sur orbite avec Banks en dynamiteur

Coupe de France (16^e de finale). Cholet - Limoges (ce soir, 20 h). Face au champion de France en titre, Cholet évoluera sans pression et avec un Cedrick Banks d'attaque.

Il ne connaît que trop bien Beau-blanc, ce monument du basket français qui n'hésite pas, parfois, à virer dans les extrêmes. Cedrick Banks a largement exploré la face un peu bancal de l'ancre limousine. C'était en 2010-2011. L'actuel arrière de CB y signe une saison chaotique. Celle, parmi les huit disputées, qui restera certainement sa pire en Pro A. Si les stats demeurent honnêtes (9,6 points et 2,4 passes en 28'), l'ambiance, elle, vire au rouge. Blessé, mis à pied, hué aussi, Banks n'a pas aimé Limoges. Mais alors, pas du tout !

« Je sais aussi écouter »

Voilà qui sent bon la revanche, ce soir, même si avec les années, la rançœur s'est estompée. « Notre principal objectif reste le championnat. Mais la Coupe, j'en connais le parfum, je l'ai gagnée (avec Orléans, en 2010). Ce sont toujours des matches spéciaux. Surtout si c'est Limoges en face », rigole l'Américain. Le décor est planté.

Et Banks est lancé. Premier de cor-dée dans la succession des leaders offensifs de CB, samedi soir, devant Dijon, il prouve qu'à 32 ans, la pente peut encore être ascendante, du moins jusqu'ici. « Physiquement, je crois que je ne me suis jamais senti aussi bien en début de saison, livré-t-il, enthousiaste. Tout le monde, ici à Cholet, fait en sorte que tu te sentes bien, que tu n'aies pas de préoccupation en dehors de l'entraînement et des matches. Je n'en attendais pas moins, mais je ne suis pas déçu. »

Tant mieux. Car un Banks bien dans sa tête et dans ses baskets se mue facilement en chef de meute.



Du haut de ses 32 ans, Banks veut prouver qu'il a encore de beaux restes.

Qu'il est déjà. « Les gars sont à l'écoute, analyse l'élégant Américain. Mais je sais aussi écouter. Certains joueurs ont du vécu. C'est vrai, j'ai de l'expérience, mais la force de cette équipe est d'avoir aussi de jeunes joueurs qui connaissent le haut niveau. »

Il faudra bien cela pour venir à bout d'un CSP soufflant encore le chaud et le froid. Le froid, c'était il y a une semaine pour le Trophée des Champions (défaite 70-54 devant Nanterre). Le chaud, c'était dimanche soir devant Nancy, bien pâlichonne face un CSP retrouvé (victoire 75-56). Mais assurément, Westermann et consorts n'ont pas encore trouvé

leur rythme de croisière. Une chance pour CB ? Banks a noté, c'est sûr.

LIMOGES : 5. J. Smith ; 9. L. Westermann ; 10. L. Kanté ; 12. O. Camara ; 13. J.P Batista ; 14. F. Zerbo ; 16. N. Boungou Colo ; 17. P.P Amagou ; 18. A. Moerman ; 25. R. Curry ; 44. T. Plaisted. *Entraîneur :* Jean-Marc Dupraz.

CHOLET : 5. C. Oliver ; 6. R. Jomby ; 8. J. Rousselle ; 15. Z. Peacock ; 18. N. De Jong ; 21. P. Delaney ; 23. K. Moendadze ; 34. C. Banks ; 35. Y. Morin ; 41. N. Minnerath. *Entraîneur :* Laurent Buffard.

Ouest France - Mercredi 1^{er} octobre 2014

CB, une entreprise à part

Vendre un spectacle dont le résultat est incertain, voilà le quotidien très particulier de Cholet Basket. Dans ce contexte, comment le club fait-il pour draguer et fidéliser les investisseurs privés ? Décryptage.

Freddy REIGNER

freddy.reigner@courrier-ouest.com

Chaque jour, on est sur la sellette. Mais moi, j'ai besoin de ça pour vivre. On n'est pas une société comme les autres. Il y a tellement d'émotion, de pression. Le basket, c'est un spectacle ! » Dans son bureau, Thierry Chevrier est un directeur général plutôt réaliste. Être directeur général d'un club comme Cholet Basket, ce n'est pas que mettre un costume les soirs de matches. C'est aussi et surtout faire tourner la boutique, une entreprise plutôt, forte de 28 à 32 salariés, selon les saisons, et dotée d'un budget de 4,3 millions d'euros. Ce n'est quand même pas rien.

Un ticket d'entrée fixé à 1 500 € minimum

Sur cette somme-là, deux millions viennent de la sphère privée. De l'argent qu'il faut aller chercher. Et là, ce n'est pas une mince affaire. « Quand on démarche, notre discours est axé sur de grands principes, détaille Sandrine Daniel, responsable commercial et marketing au sein du club. Fidéliser les clients, créer des liens hors du contexte de l'entreprise, intégrer un réseau d'entreprises, se donner une image liée au sport... »

Cela doit avoir du bon, car aujourd'hui, Cholet Basket, ce n'est pas moins de 206 partenaires privés. Le ticket d'entrée est fixé à 1 500 € minimum. Mais les entreprises peuvent aller beaucoup plus loin. Il y a notamment les partenaires majeurs - qui versent entre 50 000 et 100 000 € - et les partenaires premium, le nec plus ultra. Ici, on est au-delà de 100 000 €. Des investissements qui doivent tout de même commander quelques exigences en matière de résultats... Eh bien, non ! « Je n'ai jamais connu un partenaire qui nous mettait la pression », glisse Thierry Chevrier. « En fait, complète



Cholet, le Smash, jeudi. Le club des partenaires privés de Cholet Basket réunit plus de 200 entreprises, comme le soulignent Sandrine Daniel, responsable marketing du club, et Thierry Chevrier, directeur général de CB.

Sandrine Daniel, il y a une chose sur laquelle ils sont exigeants : le comportement de l'équipe. L'attitude, ça, c'est très important pour eux. Après, les résultats... Ce sont des chefs d'entreprise, ils savent que les choses ne sont pas forcément simples. Vous savez, l'année dernière, l'équipe n'a pas eu des résultats extraordinaires, mais les soirées VIP ont aussi bien marché que les saisons précédentes. » Et puis voilà, dans les bureaux, dès que le coup d'envoi d'un match est donné, on ne maîtrise plus rien. C'est ce qui fait la grande particularité de l'entreprise Cholet Basket, comme toutes celles

qui évoluent dans le monde sportif. « On n'a pas la main sur le résultat, insiste Thierry Chevrier. Il faut donc se dégager de ça, prendre du recul. Et être bon dans ce qu'on fait à côté, comme l'accueil. » Finalement, seule une descente en division inférieure pourrait impacter la structure en profondeur. Dans quelle mesure ? « Je ne veux pas y penser, répond le directeur général de CB. Des emplois seraient-ils menacés ? Oui, peut-être, je ne sais pas... Notre structure est quand même solide ! » Une saison en Coupe d'Europe, comme celle que va vivre justement CB, n'est

pas sans incidence non plus. Cela représente une baisse de « 30 000 à 50 000 € » sur les partenariats privés. « Mais comme la Pro A est passé de 16 à 18 clubs, on va pouvoir se rattraper avec deux matches supplémentaires à domicile. » Tout calculer, sans cesse. Et trouver de nouvelles marges de manœuvre. À l'image des produits dérivés, autre rentrée d'argent privé. « En moyenne, on dégage dans notre boutique 1 000 € de chiffre d'affaires pour un match à domicile. C'est bien, mais on peut monter en puissance. À nous d'innover. »

Pourquoi les investisseurs mettent de l'argent ?

On nous dit que les temps sont durs, que l'époque est aux restrictions, que les robinets du financement sont fermés... Il y a beaucoup de vérité là-dedans, mais à côté de ça, il y a aussi des entreprises qui sortent le chéquier pour rentrer dans le monde du sponsoring sportif. Et à Cholet, « c'est le basket », comme le souligne Stéphane Paye. « Ici, pour toucher les gens, c'est mieux que le foot », poursuit le gérant d'Agir recouvrement, un des cinq partenaires majeurs de CB.

« On gagne de la notoriété »
Que cherche le partenaire ? Primo : de la visibilité. « Être présent sur les maillots, c'est pour nous très important, explique Didier Barré, patron du Super U de Chemillé, soutien financier historique de CB et devenu au fil des ans administrateur du club. C'est de l'espace publicitaire, un espace bonifié par l'image dynamique du sport. Être avec CB ne nous amène pas plus de clients, mais c'est de la notoriété en plus. » Et ça, pour une entreprise, c'est tout sauf anodin. Surtout que le public basket est plutôt hétéroclite. « On retrouve des jeunes, des retraités, des familles, glisse Stéphane Paye. L'éventail est très large et touche toutes les catégories. Après, avec nos clients, on peut parler des affaires autour d'un verre, en loge, c'est toujours plus sympa. C'est un



Cholet, la Meilleraie, lundi. Michel Le Huerou et Stéphane Paye, deux partenaires privés de CB, ici en compagnie des joueurs et du président Patrick Chiron.

vrai moment de communication. » Il y a donc du bon et rien de désintéressé. Forcément. Même si tous l'avouent : CB les fait vibrer. « Vous savez, j'ai beaucoup transpiré à la Meilleraie du temps de Warner, remarque Michel Le Huerou, patron de Diffusion service, nouveau venu dans le club des

partenaires du club. Je me prends très facilement au jeu. » Même son de cloche du côté de Didier Barré : « Je ne rate pas un match de la saison à domicile ! C'est une passion pour moi. » Stéphane Paye : « C'est un vrai spectacle. Vous savez, je n'ai que des très bons retours de la part des clients que

nous invitons. » Le retour sur investissement n'est pas quantifiable. Seulement, être dans la place, inviter ses clients les soirs de matches pour les fidéliser, récompenser aussi les salariés en leur offrant des places, c'est ça le cœur de cible du partenariat. « Pour se faire connaître, il faut se faire voir. » Stéphane Paye résume bien les choses. Et chaque soir de match à la Meilleraie, ce n'est pas moins de 5 000 paires d'yeux qui se donnent rendez-vous...

F. R.

A SAVOIR

Premier match officiel de CB, ce soir à la Meilleraie

Le championnat de Pro A reprend officiellement ce soir. A l'occasion de la 1^{re} journée, Cholet Basket reçoit Dijon. Coup d'envoi à 20 heures, à la Meilleraie. Pour la petite anecdote, c'est la troisième année consécutive que les Choletais accueillent les Bourguignons en ouverture du championnat. Il y a deux ans, Cholet Basket avait mordu la poussière (63-65) avant de prendre sa revanche la saison dernière (85-75). Tarifs des places : 23, 19, 14, 10, 7 et 4 €. Match des espoirs en lever de rideau, à 17 heures.

Le Courrier de l'Ouest – Samedi 27 septembre 2014

10. SOIRÉE PARTENAIRES : LUNDI 22 SEPTEMBRE 2014



Lun. 22 sept. : Patrick Chiron, président de Cholet Basket, présentait l'équipe version 2014-2015 à l'ensemble des maires de la Communauté d'Agglomération du Choletais, son président Gilles Bourdoux, Florence Dabin, vice-présidente du Conseil général, ainsi qu'à l'ensemble des 206 partenaires et entreprises privés. Une présentation ponctuée par les interventions de l'entraîneur Laurent Buffard et de Gilles Bourdoux qui se résument par un « Gagnons ensemble ! » affirmé. À noter aussi la présence de Christian Michalak, sous-préfet.

Synergences Hebdo n°347 – Mercredi 1^{er} octobre 2014

11. DES NOUVELLES DE :

- **RODRIGUE BEAUBOIS**

La résurrection de Beaubois passe par Le Mans

Pro A. L'ancien de Cholet Basket et des Dallas Mavericks s'est engagé avec Le Mans cet été. Un choix qui peut surprendre. En fait pas tant que cela.

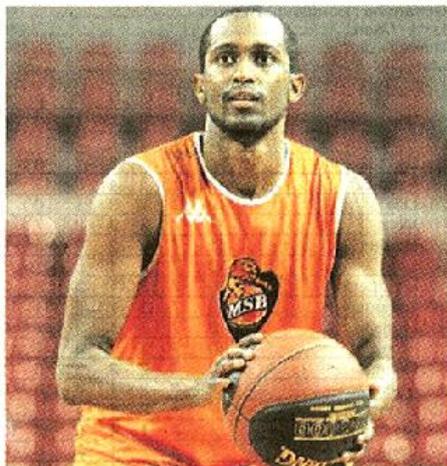
« Heureux qui comme Rodrigue Beaubois a fait un beau voyage », aurait pu écrire le poète. Sauf que pour le nouvel arrière du Mans Sarthe Basket, la conclusion n'est pas comme dans la poésie. Beaubois ne pose pas ses valises avec le sentiment du devoir accompli. Plutôt avec l'impression de ne pas avoir été jusqu'au bout de son rêve.

Quatre saisons de NBA aux Mavericks de Dallas, un match avec une feuille de stats chargée de 40 points, un soir de mars 2010 face aux Golden States Warriors et puis surtout, une moyenne de 1,286 points en 182 apparitions, le tout saupoudré d'une saison 2013-2014 presque blanche avec un passage au Spirou Charleroi. Il est là, le paradoxe Beaubois. Celui d'un joueur qui revient chercher un deuxième souffle près du « père ».

Au nom de Kunter

« En signant au Mans, mon objectif est de retrouver des sensations, un rythme, la forme aussi, explique posément l'ancien Choletais. Il était important pour moi de disposer d'une avant-saison pleine pour que je puisse bien me préparer. » Mais pourquoi Le Mans ? Cette saison, après des campagnes en Euroleague et en Eurocoupe, il a glissé vers l'Eurochallenge. Moins clinquant.

Baubois évoque la présence, d'Er-



Baubois sous le maillot du MSB.

man Kunter : « Je le connais très bien. Je sais qu'il est capable de me motiver. Il a soif de succès avec le MSB. » Le fils prodigue a retrouvé son mentor. « Mon choix a été assez facile à faire. C'est dur de retrouver son meilleur niveau. Il a cette exigence dont j'ai besoin. »

Pourtant, au cours de l'été, lorsqu'on l'a appelé pour disputer la Summer League aux Etats-Unis, Beaubois n'a pas hésité très longtemps. « On m'avait invité. Cela aurait été bête de ne pas y aller. Je savais que j'aurais du mal, car cette compétition est un véritable combat. J'avais eu la chance de la faire en tant que joueur drafté, je voulais la revivre avec un autre sta-

tut. Des équipes souhaitaient me voir. J'aurais été surpris d'être retenu. Cela n'a pas été plus loin. J'ai le sentiment d'avoir semé pour le futur. Je garde la NBA dans un coin de ma tête. »

En attendant, il va retrouver les parquets du championnat de France. « Je vais y aller étape par étape. Après... » Le protégé de Kunter a un « objectif final » qu'il garde pour lui. « On me dit que je ne suis pas un joueur régulier alors je vais chercher cette régularité. » Beaubois entame une opération reconquête. De lui-même avant tout. Elle passe par Le Mans, ville-étape dans la carrière d'un joueur qui dit « avoir appris de ses erreurs. »

Stéphane BOIS.

La première journée

Hier soir : Pau-Orthez - Orléans.....	72-60
Samedi : Bourg-en-Bresse - Le Havre.....	20h
Châlons-Reims - Paris-Levallois.....	20h
Cholet - Dijon.....	20h
Le Mans - Rouen.....	20h
Nanterre - Chalons/Saône.....	20h
Dimanche : Limoges - Nancy.....	20h30
Lundi : Boulogne/Mer - Gravelines.....	20h30
Mardi : Strasbourg - Villeurbanne.....	20h30

Euroleague : l'Asvel échoue au port
Sous l'œil de son nouveau président, Tony Parker, le club rhônalpin n'a pas validé son ticket pour l'Euroleague, hier soir à Ostende (Belgique), battu par les Russes de Kazan (79-88).

Ouest France - Samedi 27 septembre 2014

« Retrouver mon niveau »

BASKET-BALL. L'ancien des Mavericks de Dallas, **Rodrigue Beaubois**, débarque en Pro A au Mans.

Le championnat de France a repris ses droits ce week-end. Cette saison, l'équipe du MSB va pousser d'appuyer sur Rodrigue Beaubois. Certes, l'ancien de Cholet est actuellement blessé pour six semaines. Mais, le champion de NBA avec Dallas, espère bien retrouver des sensations en Sarthe. Il livre ses sentiments sur la Pro A, revient sur son parcours et se projette dans l'avenir.

Katy PARIS

katy.paris@lequipe.fr

Cela ne doit pas être simple de quitter la NBA pour se retrouver en France et jouer en Pro A ?

Rodrigue Beaubois : C'est loin d'être une décision évidente à prendre mais je crois qu'à un moment, il faut se remettre en question, se poser les vrais problèmes et être honnête avec soi-même. J'aurais pu rester là-bas et être un simple joueur de rotation, mais ce n'est vraiment pas ce que je souhaitais. Rester sur le banc et ne quasiment pas jouer, c'est difficile à gérer. C'était mieux pour moi de revenir en Europe. Le plus important, c'est de retrouver ces sensations.

Vous avez connu pas mal de blessures depuis quelques années, d'ailleurs, vous sortez pratiquement d'une saison blanche.

Oui, et la dernière en date, en 2013, ma fracture de la main gauche m'a énormément handicapée. Beaucoup de personnes disent que je suis parti trop tôt aux États-Unis. Peut-être, mais je ne regrette rien et puis, on ne peut pas revenir en arrière. C'est fait. Je préfère regarder devant. Alors oui, c'est vrai que je n'ai pratiquement pas joué la saison dernière, que j'ai beaucoup de retard par rapport aux autres, mais j'ai bien l'intention de le combler, de retrouver mon basket et de redevenir le joueur que j'étais. C'est mon ambition avec le Mans cette année.

Pourquoi la Pro A et pas un grand club européen qui disputent l'Euroleague ?

La Pro A c'est un championnat qui monte en puissance depuis quelques années. Et pour moi, c'est le plus physique et le plus athlétique en Europe. Après, j'ai eu quelques propositions de grands clubs. Il voulait que je signe pour une longue période, me remettre d'aplomb et avoir un projet de club sur le long terme. Ce n'est pas ce que je veux pour le moment.

Pour repartir en NBA ?

Je n'ai pas abandonné l'idée, c'est toujours dans un coin de ma tête. Quand tu goûtes à ce championnat, c'est tellement grisant que forcément, tu veux y revenir.

Marquer 40 points en sortie de banc en 30 minutes de jeu, ça vous rappelle quelque chose ? (NDLR : en mars 2010, il affole les compteurs face aux Golden State Warriors 40 pts, 8 rebonds, 3 passes, 3 contres). Ce jour-là, rien ne pouvait t'arriver. Sur la rencontre précédente, deux jours avant, le coach ne t'avait pas fait rentrer. Je suis donc arrivé aux Warriors



Trélazé, samedi 20 septembre. À 26 ans, Rodrigue Beaubois se verrait bien repartir en NBA une fois la forme retrouvée.

en pensant que je ne jouerais pas, sans véritable pression. Déjà à l'échauffement, je me souviens que tous mes shoots rentraient. Le coach m'appelle, je rentre et tout ce que je tente, je le réussis. Mes coéquipiers ont compris que j'avais la main chaude et j'ai dû mettre 9/11 à 3 points.

Vous avez effectué toute votre formation à Cholet, vous avez également débuté en Pro A avec cette équipe et vous voilà chez « l'ennemi ». Le Mans, pourquoi ?

Quand je suis revenu en France, en début d'année, c'est Cholet qui m'a accueilli pour que je puisse m'entraîner avec des coéquipiers. Alors oui, Cholet restera toujours mon club, mais les projets du Mans me convenaient mieux.

L'arrivée au MSB de l'ancien entraîneur de Cholet, Erman Kunter, votre mentor, cela a beaucoup aidé ?

Oui, c'est sûr que lorsque j'ai appris qu'il venait au Mans, cela a posé dans la balance. Erman, c'est un pur compétiteur. Il veut tout gagner et jouer sur tous les tableaux. À Cholet, il était déjà comme ça. C'est un coach qui repousse toujours les limites et j'ai vraiment besoin de ça en ce moment.

L'équipe de France, avec l'Euro 2015 en France, vous y pensez ?

C'est un rêve de gamin. Malheureusement, je me suis blessé au moment où je pouvais y aller. Désormais, il y a une grosse concurrence à tous les postes. C'est sûr que j'y pense, mais chaque chose en son temps.

Un pronostic pour cette saison de Pro A ?

C'est difficile. Ce championnat est tellement homogène. Pour le début, Strasbourg, Limoges et l'ASVEL seront en avance sur les autres formations. Mais au final, c'est difficile. Le Mans sera bien placé.

➔ RODRIGUE BEAUBOIS

Né le 24 février 1988
à Pont de l'Évêque (Sarthe)

1,86 m / ARRIÈRE-MENEUR

Formé à Cholet Basket. Drafté en 2008 en 29^e position par Oklahoma City.

CARRIÈRE PROFESSIONNELLE

2006-2008	Cholet (Pro A)
2007-2008	Cholet (4,8 pts)
2008-2008	Cholet (10 pts)
2009-2010	Dallas (NBA, 7,1 pts)
2010-2011	Dallas (8,4 pts)
2011-2012	Dallas (8,9 pts)
2012-2013	Dallas (4 pts)
Mars à juin 2014	Charleroi (9,9 pts) (Ligue Ethias)

Depuis juin 2014 MSB (Pro A)

PALMARES

- Vainqueur de la Semaine des As avec Cholet (2008)
- Finaliste de la Coupe de France avec Cholet (2008)
- Finaliste de l'Eurochallenge avec Cholet face à Bologna (2009)
- Champion de la division Sud-Ouest en 2010 avec Dallas.
- Champion NBA en 2011 avec Dallas.

12. AGIR RECOUVREMENT, PARTENAIRE MAJEUR DE CHOLET BASKET

ADRIEN HARDY REMPORTE LA 1ÈRE ÉDITION DE LA LORIENT HORTA SOLO !



AGIR
Recouvrement

Le marin nantais a franchi la ligne d'arrivée devant la rade de Lorient à 22h 14 minutes et 19 secondes samedi soir dernier, avec 4 et 17 minutes d'avance sur Charlie Dalin et Xavier Macaire.

Et de deux : deux trophées en deux ans !

Après sa superbe victoire lors de la Generali Solo en octobre 2013, le skipper d'AGIR Recouvrement récidive cette année et s'offre une nouvelle première place dans une course majeure du Championnat de France de Course au large. Comme en Méditerranée à l'automne dernier, la victoire d'Adrien réunit tous les ingrédients du champion : mental d'acier qui lui permet de gérer la pression de ses adversaires, grande sagesse tactique dans les fins de course, gestion de course parfaite, réussite ...

Marin désormais incontournable du circuit Figaro, le skipper d'AGIR Recouvrement termine à la 2 place au Championnat de France de Course au large 2014.

13. BODET, PARTENAIRE MAJEUR DE CHOLET BASKET



Bodet.

Une croissance sans temps mort

Avec ses savoir-faire multiples sur la mesure et la gestion du temps, le groupe familial de Trémontaines, occupe une place de leader européen sur la plupart de ses marchés. Déjà présent à l'international où il fait 20 % de son chiffre d'affaires dans une centaine de pays, il souhaite se renforcer encore à l'export, notamment en direction du Proche et du Moyen-Orient. PAGE 11

Le Journal des Entreprises n° 327 – Septembre 2014

Bodet.

Une croissance sans temps mort

• Le groupe familial, leader européen dans la mesure et la gestion du temps, souhaite se renforcer à l'export, notamment en direction du Proche et du Moyen-Orient.



Bodet

Sport

Que ce soit sur un quai de gare (les fameuses horloges à cadran de la SNCF), quand on fait un plein d'essence, dans un stade ou une salle de sport, une église... nous nous sommes tous trouvés un jour devant un produit fabriqué par Bodet. Et cela, un peu partout dans le monde car le groupe exporte ses savoir-faire dans une centaine de pays, via un réseau de 300 distributeurs. Cette société familiale, basée à Trémentines, est LE spécialiste européen de mesure et gestion du temps et une des entreprises les plus emblématiques de l'Anjou. Presque une fierté locale. C'est également l'un des sites industriels les plus étonnants du territoire où métiers traditionnels et haute technologie se côtoient. Car « on fait tout chez Bodet ! », aime à rappeler Jacques Burel, le directeur du département affichage et horlogerie, entré dans l'entreprise il y a 35 ans. Tous les process industriels sont "maison" : boîtiers d'horloges usinés en 3D numérique depuis fin 2013, circuits imprimés et câblage réseau... l'entreprise fabrique même ses propres outils pour son activité de restauration de cloches et clochers d'église !

Une diversification liée aux évolutions technologiques
Le groupe, dirigé depuis 1992 par Jean-Pierre Bodet (qui détient 60 % du capital), - arrière petit-fils du fondateur, Paul Bodet, artisan-ébéniste de Trémentines, qui s'est tourné vers l'horlogerie en 1869 après avoir installé la cloche de l'église de son village, - emploie aujourd'hui 630 collaborateurs (dont 530 en France) pour un chiffre d'affaires de 67 M€. Au fil de son histoire, la société a su saisir les opportunités

Avec ses savoir-faire multiples sur la mesure et la gestion du temps, le groupe occupe une place de leader sur la plupart de ses marchés. Ses horloges industrielles (photo) sont fabriquées de A à Z sur le site de Trémentines, du boîtier en plastique aux circuits imprimés.

liées aux évolutions technologiques et a diversifié ses activités. Avec l'arrivée de l'électronique, l'entreprise artisanale est passée à l'horlogerie industrielle dans les années 70 sous l'impulsion de Pierre, le petit-fils du créateur, à l'origine également de l'activité de chronométrage sportif dès les années 60 et du développement du réseau commercial. Avec l'avènement de la micro-informatique dans les années 80, ce sont des solutions logicielles de gestion du temps et les badges de contrôle d'accès qui sont développés, un domaine déployé désormais par la filiale choletaise Bodet Software (qui s'est diversifiée depuis un an sur les logiciels

de gestion RH et annonce déjà +10 % de croissance sur 2014). « On a vraiment décollé quand on s'est lancé sur le software », souligne Jacques Burel. L'activité pèse aujourd'hui 50 % du chiffre d'affaires du groupe et a été renforcée, en 2005, par l'acquisition du lavallois Osys (logiciels de suivi de production). Le groupe est désormais scindé en 5 départements : software, horlogerie, sport, campaniste et Osys qui sont progressivement filialisés. Depuis deux ans, Ouest Croissance, la filiale des trois Banques Populaires de l'Ouest, est entrée au capital de Bodet (25 % des parts avec CM-CIC Capital Finance). Une opération

destinée à accompagner le développement, mais aussi à préparer la succession de Jean-Pierre Bodet. Ses deux fils Sylvain (directeur marketing Bodet Sport) et Pascal (responsable export) ont rejoint le groupe il y a quelques années.

Une innovation permanente
Un des atouts du groupe est sa perpétuelle capacité d'innovation. Des horloges intelligentes, pilotées par radio ou satellite aux sifflets haute fréquence pour l'arbitrage des matchs de basket (le sifflet de l'arbitre est connecté au panneau d'affichage) en passant par la dernière invention : Videodisplay, solution développée en partenariat

avec Telelogos (éditeur de logiciels angevin) pour diffuser des contenus multimédias sur écrans LED, LCD et borne tactile, ce sont sans cesse de nouveaux produits qui sont développés. La PME est même à l'origine du concept de la distribution horaire radio sur la base du message horaire afnor.

Renforcement sur l'export
Le groupe qui possède 11 implantations en France, ainsi que des bureaux aux Antilles et à la Réunion, souhaite se renforcer à l'export (20 % de son chiffre). En 1988, il ouvre sa première filiale européenne à Madrid. Il est aujourd'hui présent au Royaume-Uni, en Suisse, Belgique, au Portugal, au Pays-Bas (filiale dédiée à l'activité software) et à Dubai depuis deux ans. Le groupe affiche des ambitions de développement sur le Moyen et l'Extrême-Orient, l'Afrique et le Maghreb, notamment sur la partie système de gestion du temps. Des zones où il a déjà remporté d'importants marchés (affichage dans 170 salles de sport au Koweït, 40 horloges en or pour la grande mosquée de La Mecque...).

Bénédicte Hascoët

BODET
(Trémentines)
P-dg : Jean-Pierre Bodet
CA 2013 : 67 M€
630 collaborateurs
(dont 530 en France)
02 41 71 44 00
www.bodet.com

ÉTAPES

1868

Création par Paul Bodet

1975

Lancement de l'horlogerie industrielle

1987

Lancement de l'activité gestion du temps

1992

Jean-Pierre Bodet devient P-dg

2005

Acquisition d'Osys

LE MARCHÉ

Le groupe Bodet est leader européen dans la mesure et la gestion du temps. Son activité se décline autour de quatre domaines où il se trouve en position dominante (sauf sur le software, un marché plus bataillé) : l'horlogerie industrielle avec de grands comptes comme Carrefour, Bayer, France Télévisions, la SNCF (près de 80 % du marché des horloges de quai et de gare)... ; l'affichage sportif (leader européen) ; l'horlogerie d'édifice/campanaire (premier acteur) et le software. Ses horloges (analogiques ou led) équipent plus de 2.000 entreprises en France.

L'activité campanaire bientôt filialisée



Jacques Burel, directeur du département affichage et horlogerie

On connaît Bodet surtout pour ses horloges et ses panneaux sportifs. Moins pour son activité de campanaire...

Nous sommes pourtant le plus gros acteur français dans ce domaine. En 1992, nous avons conçu un procédé de restauration des cloches anciennes, par soudure au bronze. Nous avons restauré 1.100 cloches avec cette technique et nous avons 12.000 clochers en contrat d'entretien sur les 30.000 que compte la France. Nous sommes également le premier fabricant français d'équipements de cloches et nous avons une équipe de

4 ingénieurs qui travaillent uniquement sur le clocher d'église. Nous fabriquons également des horloges d'édifice (jusqu'à 6,50 m de diamètre), il y en a au musée d'Orsay, à la gare Montparnasse, mais aussi à l'étranger, en Malaisie, à Singapour, en Pologne...

Quel est le poids de cette activité au sein du groupe ?

C'est une activité stable qui pèse aujourd'hui 23 % du chiffre d'affaires. L'organisation de l'entreprise évoluant depuis quelques années (filialisation progressive des activités avec Bodet Software, Bodet Osys...), la partie campanaire va être filialisée à court terme et j'en assurerais la direction.

• **L'INVESTISSEMENT**

Gémo. 6 M€

GÉMO

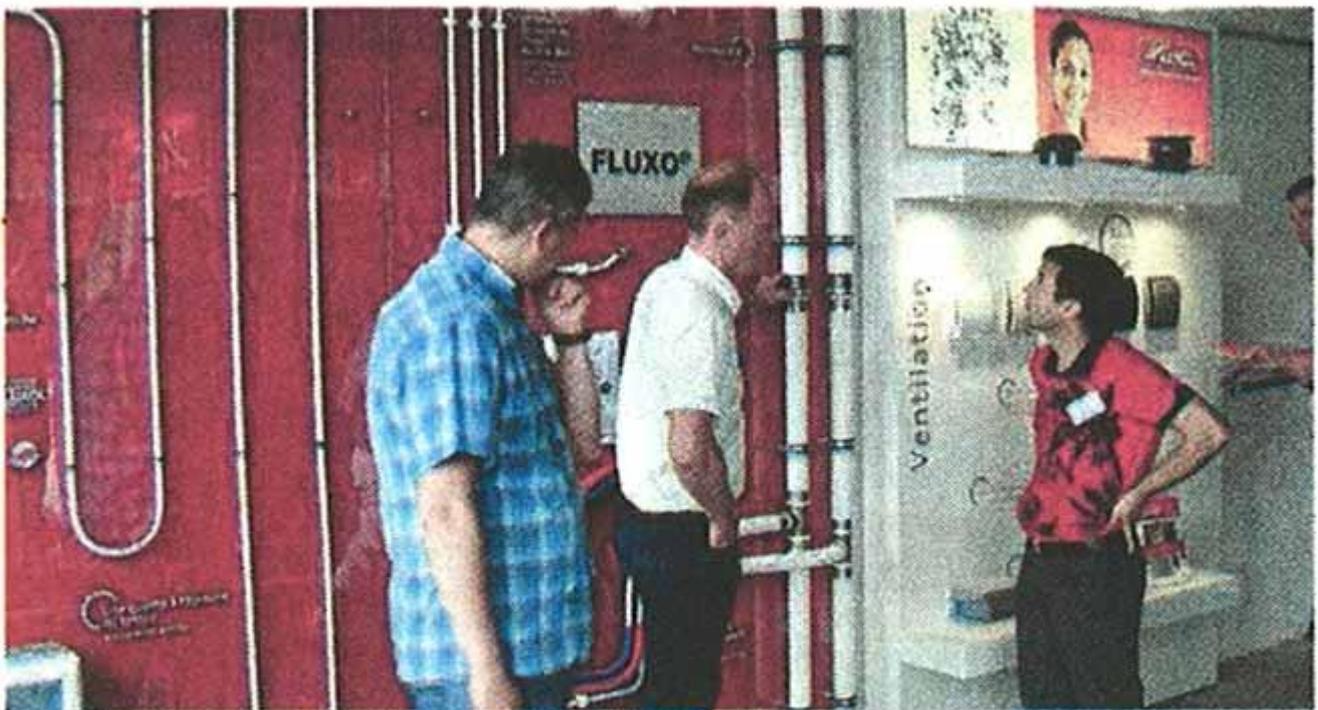
pour doper sa logistique

Pour gagner en réactivité, Gémo (4.200 salariés, 867 millions d'euros de CA en 2013), filiale du groupe Eram, équipe de système de tri automatique ses deux plateformes logistiques qui réceptionnent les productions délocalisées avant de les redistribuer vers les 500 magasins de l'enseigne. Après le site de Melay dédié à l'activité textile et équipé au printemps, la démarche se poursuit dans les locaux de Saint-Pierre-Montlimart où se trouvent la branche chaussures et le siège. Au total, 6 millions d'euros seront investis dans l'automatisation de la logistique et l'optimisation des systèmes d'information. « En passant d'un processus essentiellement manuel à un process automatique pour la partie vêtements, nous pouvons traiter 14.000 pièces à l'heure, explique Jean-Luc Boivin, directeur logistique de Gémo, ce qui nous permettra de livrer 80 % des 500 magasins deux fois par semaine contre une fois jusqu'à présent. »

Pour la partie chaussures, la mise en œuvre d'un système de convoyeurs "intelligents" triera automatiquement les colis par magasin. Des adaptations nécessaires pour accompagner l'évolution des ventes multicanales sachant que les deux plateformes gèrent également en direct les livraisons liées aux ventes en ligne. Ces sites approvisionneront aussi les nouveaux magasins que Gémo compte ouvrir à compter de 2015 hors de l'Hexagone. Après la Belgique et la Suisse, une offensive internationale va être lancée avec comme premières cibles la Guadeloupe et le Maroc. La stratégie globale sera dévoilée le 30 septembre.

Fabienne Proux

www.gemo.fr



Nicoll

Espace formation à Eurespace

Né d'un partenariat entre la CCI de Maine-et-Loire et l'entreprise Nicoll, fabricant choletais de produits plastiques pour le bâtiment et les TP (1.300 collaborateurs, 188 M€ de chiffre d'affaires), l'espace Nicoll a été inauguré, début juillet, au sein du CFA Eurespace. Cet espace de 100 m², dédié à la plomberie et aux sanitaires vient renforcer le dispositif formation de l'entreprise qui possède déjà son propre centre technique. Le nouvel outil accueillera ses premiers stagiaires dès septembre et ambitionne de former 300 personnes par an. Il sera également ouvert à tous les stagiaires du CFA. À terme, Nicoll espère dupliquer ce type de partenariat sur ses 4 autres directions régionales.

Ateliers Dixneuf. A la conquête de l'Europe

● **MÉTALLERIE** Après s'être solidement implanté sur le marché hexagonal, le premier fabricant français de solutions techniques et décoratives pour le chauffage bois espère séduire les pays limitrophes.

Pas question de s'endormir sur ses lauriers. La troisième génération à la tête des Ateliers Dixneuf depuis juillet 2013 entend bien poursuivre la lancée impulsée par leur arrière-grand-père Joseph Dixneuf en 1919, puis par leur mère et petite-fille du fondateur Collette Brin. Basée à la Romagne, près de Cholet, l'ancienne entreprise de métallerie spécialisée dans la réparation d'outils agricoles a progressivement évolué vers la fabrication d'articles de ferronnerie, pour se spécialiser dans les accessoires et les pièces techniques pour cheminées et poêles à bois.

+ 15% en 2013

Aujourd'hui, la PME familiale présidée par Raphaële Lucas et dirigée par son frère Manuel Brin (actionnaires majoritaires), revendique la place de leader français de l'offre globale dans ce secteur et affiche des progressions de chiffre d'affaires à deux chiffres (+ 15 % en 2013) porté par l'engouement pour le chauffage au bois. L'activité est répartie en deux grands secteurs : les solutions de raccordement d'appareils de chauffage bois et d'évacuation de fumée (conduit, grilles d'aération...) qui totalisent 72 % du chiffre d'affaires et les accessoires de décoration (rangements à bois ou à granules, serviteurs, protections murales).

1,5 M€ pour l'extension

de la plateforme logistique

Trois quarts des ventes sont réalisés dans les réseaux de spécialistes de la cheminée (Philippe, Brisach) et un quart en grandes surfaces de bricolage (Leroy Merlin, Mr Bricolage, Castorama...). « Nous sommes le premier acteur français par la diversité des produits déclinée en 6.000 références et par l'offre de services (accompagnement des clients, formations) », précise Raphaële Lucas qui prévoit une saison 2014 « très forte ».

L'activité soutenue nécessite d'agrandir une troisième fois le site industriel (13.000 m² situé à l'entrée du village). L'extension de 3.600 m² de la plateforme logistique (1,5 M€ d'investissement) sera opérationnelle en novembre.

Par ailleurs, un show-room ouvrira ses portes à la rentrée à proximité du siège et des services administratifs, restés sur le site historique où perdure un atelier de production de

7.000 m². Près de la moitié des ventes (47 %) provient des produits sortis des usines de la Romagne et l'autre moitié du négoce.

Le dynamisme du marché français ayant mis en stand-by l'export, les nouveaux dirigeants veulent désormais lancer une véritable offensive à l'international et ciblent notamment l'Allemagne, la Belgique, les Pays-Bas, la Suisse et la Russie. « En matière de chauffage bois, chaque pays a sa propre législation, explique Raphaële Lucas, nous prévoyons de rentrer sur ces nouveaux marchés par les accessoires de décoration, puis progressivement adapter nos produits techniques aux réglementations des pays convoités. » L'objectif est d'atteindre 1 M à 1,5 M€ dès 2014/2015 soit 5 % du chiffre d'affaires, en passant soit par des distributeurs locaux soit par des commerciaux.

Fabienne Proux

LES ATELIERS DIXNEUF

(La Romagne)

Dirigeants : Raphaële Lucas et Manuel Brin

CA 2013 : 33,5 M€ (+ 15 %)

Effectifs : 200 salariés dont

22 commerciaux

02 41 70 96 13

www.dixneuf.com



Raphaële Lucas, présidente et Manuel Brin, directeur général.