



1. LES GRANDES DATES DE LA SAISON LNB 2011/2012

Saison Régulière ProA	Du Vendredi 7 et Samedi 8 octobre 2011 Au Mercredi 16 mai 2012
Play-Offs ProA Quarts de Finale	Du 22 au 30 mai 2012
Play-Offs ProA Demi-Finales	Du 1 ^{er} au 9 juin 2012
Play-Offs ProA Finale	Samedi 16 ou Dimanche 17 juin 2012 (Paris-Bercy)
All Star Game 2011	Jeudi 29 décembre 2011 (Paris-Bercy)
Semaine des As 2012	Du 16 au 19 février 2012 (Roanne-Halle Vacheresse)
Soirée des Trophées	Vendredi 18 ou Samedi 19 mai 2012 (Paris)
Les Journées de Noel	23 et 27 décembre 2011
Les Journées de l'Avenir	Avril 2012
Championnat de France Espoirs	Du Vendredi 7 et Samedi 8 octobre 2011 Au Mercredi 16 mai 2012
Le Trophée du Futur	Fin mai 2012 (A déterminer)



► **A savoir**

Cholet Basket contre le Cibona Zagreb ou les Tchèques de Nymburk



Paris, Bercy, 11 juin. Erman Kunter et les Choletais affronteront le Cibona Zagreb ou Nymburk pour débiter le tour préliminaire d'Euroligue. Photo CO

Contre qui Cholet Basket débiter son tour préliminaire d'Euroligue à la fin du mois de septembre ? En attendant le tirage au sort officiel, jeudi, l'Euroligue a communiqué hier la répartition des clubs. Placé dans la poule 6 du tour préliminaire, Cholet Basket est assuré de jouer son quart de finale du tour préliminaire face aux Croates du Cibona Zagreb ou aux Tchèques de Nymburk.

Dans son éventuelle demi-finale, Cholet sera ensuite opposée à l'une des quatre formations suivantes : Khimki Moscou (Russie), Lietuvos Rytas Vilnius (Lituanie), Buducnost (Monténégro), Turow (Pologne). Pour mémoire, CB devra ensuite remporter la finale de ce tournoi pour accéder au tour principal d'Euroligue.

T. B.

Cholet ne s'attend pas à un tirage clément

Euroleague (Tour qualificatif). Au premier tour, Cholet Basket affrontera le Cibona Zagreb ou les Tchèques de Nymburk.

L'Euroleague a dévoilé lundi le déroulement du tirage au sort, prévu demain, du tour qualificatif aux phases de poule. Au 1^{er} tour de cette phase préliminaire, Cholet Basket affrontera Cibona Zagreb (Croatie) ou Nymburk (République Tchèque). Cibona, battu deux fois par CB l'an passé en Euroleague, a bénéficié d'un « wildcard » après une saison minée par des problèmes financiers. Champion dans son pays, Nymburk évoluait également la saison passée en Ligue Adriatique (8^e) et a disputé le Top 16 de l'EuroCup. En cas de succès, CB pourrait se mesurer au 2^e tour à l'un des deux gros favoris de cette phase qualificative : Khimki Moscou ou Lietuvos Rytas Vilnius. Pour atteindre les phases de poule de l'Euroleague, il faudra ensuite remporter un 3^e tour.

Une nouvelle recrue à l'Angers BC. Johwé Casseus (22 ans) a été prêté une saison par Orléans (Pro A) à l'ABC (N1). L'intérieur (2,10m) évoluait la saison passée à Antibes en Pro B. Auparavant, il avait porté les couleurs du Centre fédéral et des Espoirs



Ouest-France

Causeur et les Choletais ne devraient pas être épargnés par le tirage au sort.

Antywane Robinson sur le départ ? L'intérieur-shooteur américain, dont le contrat à Cholet Basket prenait fin le 30 juin dernier, pourrait migrer vers des destinations plus lucratives. Estudiantes Madrid et Charleroi (Belgique), entre autres, seraient en effet intéressés pour s'attacher ses services.

d'Orléans. Ancien international des moins de vingt ans, Johwé Casseus a remporté en 2010 la Coupe de France avec Orléans. La saison passée, il a disputé vingt matches de Pro B (7,3 minutes, 1,4 point, 1,4 rebond et 1,1 d'évaluation de moyenne).

Ouest France – Mercredi 6 juillet 2011



Basket-ball

Euroligue : une affaire compliquée pour Cholet

Cholet affrontera Cibona Zagreb en tour préliminaire de l'Euroligue messieurs, tandis que Villeurbanne rencontrera Gravelines. Nancy, qualifié pour le tour principal, se retrouve dans un groupe difficile avec Olympiakos Le Pirée (Grèce), Vitoria (Espagne), Fenerbahçe (Turquie), Bilbao (Espagne), Cantu (Italie). Le Final four se déroulera du 11 au 13 mai à Istanbul.

Eurocoupe messieurs : Le Mans sera opposé au club turc de Pinar Karsiyaka lors du tour préliminaire. Les Manceaux reverront à l'aller le 27 septembre et se déplacera en Turquie le 4 octobre.

Antoine Diot jouera bien au Mans la saison prochaine.

Cholet : Randal Falker a prolongé d'un an.

Ouest France – Vendredi 8 juillet 2011

BASKET

Euroligue



Le Courier de l'Ouest – Vendredi 8 juillet 2011



Cholet connaît le chemin

Cholet Basket débutera le tour préliminaire d'Euroleague par des retrouvailles avec le Cibona Zagreb. Trois succès seront nécessaires pour atteindre le tour principal de la prestigieuse épreuve européenne.

Tristan BLAISONNEAU
tristan.blaisonneau@courrier-ouest.com

UNE AMBITION AFFICHÉE

« Regoûter aux joies de l'Euroleague ! » Fabien Causeur et Luc-Arthur Vebobe n'y vont pas par quatre chemins pour annoncer l'objectif du début de saison. Pour rejoindre Nancy dans la compétition européenne phare, les vice-champions de France choletais devront gagner trois matchs dans un tableau qui réunira huit équipes (voir infographie) du jeudi 29 septembre au dimanche 2 octobre : face au Cibona Zagreb en quart de finale, puis une demi-finale et une finale.

DES RETROUVAILLES AU MENU

Cholet Basket face au Croates du Cibona Zagreb. L'affiche n'est pas nouvelle puisque les deux formations se sont affrontées deux fois la saison dernière en Euroleague. Pour deux succès choletais (84-71 et 81-65). « Méfiance, cela ne veut pas dire que le prochain match sera facile », coupe Thierry Chevrier, le directeur choletais. De fait, les équipes qui s'affronteront fin septembre n'auront plus grand-chose à voir avec leurs devancières. Côté choletais, Sammy Mejia a fait ses valises. A Zagreb, le leader Bojan Bogdanovic (18 points de moyenne en 10 matches) s'est envolé vers le Fenerbahçe Istanbul.

En cas de succès face à Zagreb, CB pourrait retrouver une autre vieille connaissance : Le Lietuvos Rytas Vilnius. « Cela ferait une belle revanche », note Fabien Causeur qui n'a pas oublié que c'est en Lituanie que CB a laissé échapper son billet pour le Top 16 la saison dernière...



Le Mans, 5 mars 2011. Le pivot américain Randal Falker a paraphé une prolongation de contrat d'un an avec Cholet Basket. Photo AFP

DU LOURD À L'HORIZON

En prenant connaissance du groupe d'Euroleague dans lequel CB sera reversé en cas de qualification, Luc-Arthur Vebobe a soufflé fort : « Waouh ! C'est du très lourd. » Le Real Madrid, Maccabi Tel-Aviv, Partizan Belgrade,

Efes Istanbul et Milan sont en effet à l'horizon. « Ça donne d'autant plus envie d'y retourner », confirme Causeur.

LES FRANÇAIS GROUPÉS

Trois équipes françaises sont en lice dans ce tour préliminaire d'Euroleague

: Cholet, Gravelines et Villeurbanne. Au mieux, une seule se qualifiera pour le tour principal puisqu'elles se retrouvent toutes les trois dans le même tableau, Gravelines et l'ASVEL s'affrontant même dès les quarts de finale. « C'est dommage pour la France du basket », commente Causeur. « Cela ne permettra pas à la France de qualifier trois équipes », complète Thierry Chevrier.

UN SITE INCONNU

Où Cholet Basket jouera-t-il son tour préliminaire ? La question n'a pas encore été tranchée par l'Euroleague. L'instance européenne communiquera d'ici une quinzaine de jours son choix entre Istanbul (Galatasaray), Vilnius (Lietuvos Rytas) et Zagreb (Cibona).

FALKER PROLONGE

Le versant français du recrutement bouclé (Causeur, Vebobe, Gradit, Ona-Embo, Dupont, Gobert), CB s'active désormais à compléter son contingent d'étrangers qui ne compte à ce jour que Robert Hite et Randal Falker. Au club depuis 2008, l'intérieur US a en effet prolongé son contrat une saison de plus. Les tractations semblent en revanche plus compliquées avec Antywane Robinson. Reste le cas DeMarcus Nelson. A son sujet, les dirigeants choletais prennent leur temps pour définir précisément le profil du joueur qu'ils recherchent. S'ils optent pour un vrai meneur, l'avenir de Nelson s'écrira hors de Cholet. Enfin, CB cherche à prêter Christophe Léonard.

Le Courrier de l'Ouest – Vendredi 8 juillet 2011

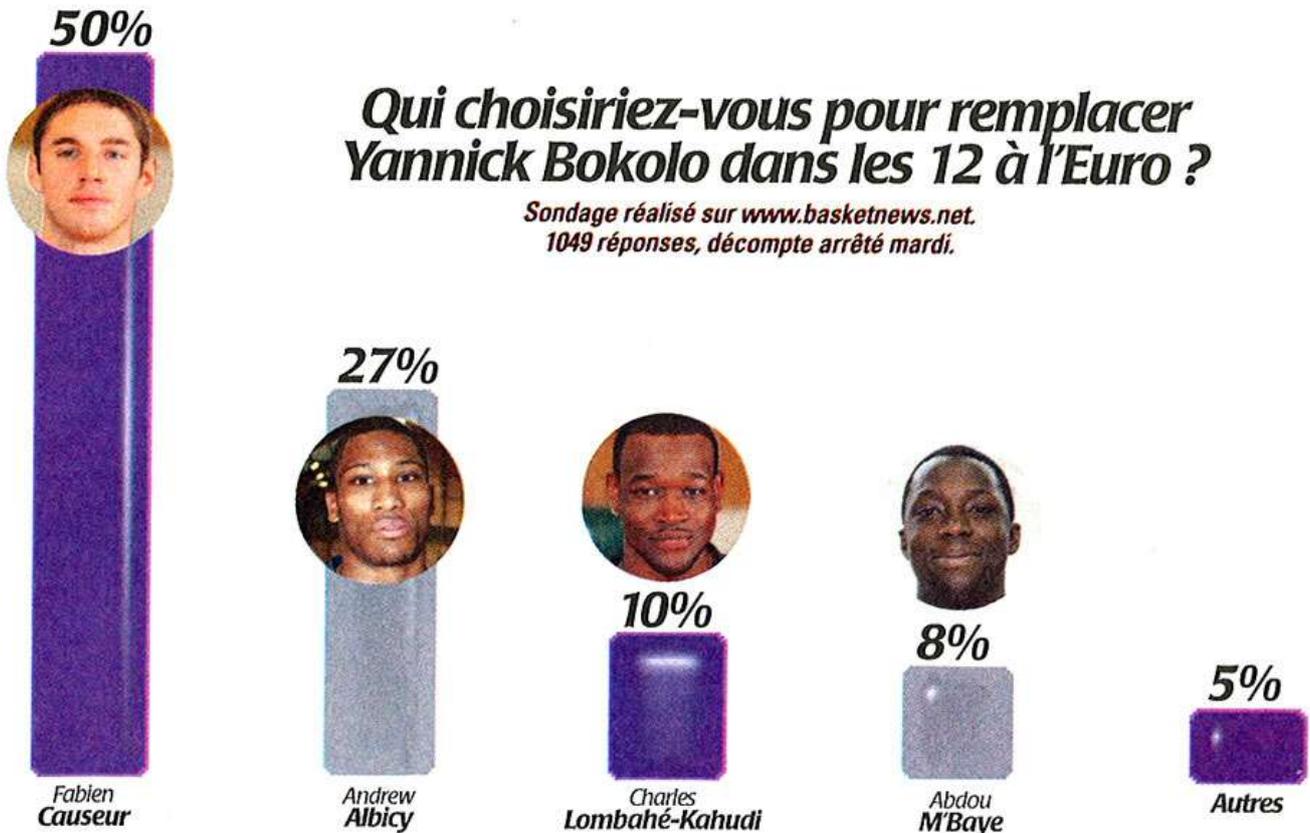


3. FABIEN CAUSEUR EN EQUIPE DE FRANCE

Sondage

Qui choisiriez-vous pour remplacer Yannick Bokolo dans les 12 à l'Euro ?

Sondage réalisé sur www.basketnews.net.
1049 réponses, décompte arrêté mardi.



Basket News – Jeudi 7 juillet 2011



4. SAMUEL MEJIA PAPA

Photo CO : Catherine Richard

Carnet Rose



Je m'appelle Timéo Polrier,
je suis né le 28 juin
à la polyclinique du Parc
et je pèse 3,100 kg



Je m'appelle Blanche Gaborieau,
je suis née le 29 juin
à la polyclinique du Parc
et je pèse 3,350 kg



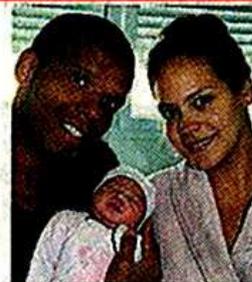
Je m'appelle Carline Baumard,
je suis née le 29 juin
à la polyclinique du Parc
et je pèse 3,470 kg



Je m'appelle Manon Thomas,
je suis née le 30 juin
à la polyclinique du Parc
et je pèse 3,070 kg



Je m'appelle Lenny Cousseau,
je suis né le 30 juin
à la polyclinique du Parc
et je pèse 2,180 kg



Je m'appelle Sienna Abigail-Mejia,
je suis née le 30 juin
à la polyclinique du Parc
et je pèse 3,500 kg



Je m'appelle Fedy Mahdhi,
je suis né le 30 juin
à la polyclinique du Parc
et je pèse 5,130 kg



Je m'appelle Sheldan Holet,
je suis né le 30 juin
à la polyclinique du Parc
et je pèse 4,010 kg



Je m'appelle Rose Sabourin,
je suis née le 30 juin
à la polyclinique du Parc
et je pèse 2,700 kg



Je m'appelle Lukas Foutret-Poison,
je suis né le 30 juin
à la polyclinique du Parc
et je pèse 3,240 kg



Je m'appelle Rita Clara Benfeita Alves,
je suis née le 28 juin
à l'hôpital et je pèse 3,290 kg

► Carnet rose

Bienvenue à Sienna Abigail Mejia

Sammy Mejia n'oubliera jamais Cholet ! Et pour cause. Plus encore que le club de basket, avec lequel il a brillé au point de devenir champion de France en 2010 et de se faire repérer par les plus grands clubs européens, Cholet restera gravé dans la mémoire

du Dominicain pour la simple et bonne raison que sa fille Sienna Abigail y est née jeudi dernier. La maman Nanette se porte bien et le papa, futur joueur du CSKA Moscou, est très attentif à sa « *petite princesse* ».

Le Courrier de l'Ouest – Mardi 5 juillet 2011

5. PRO STARS

• À NE PAS MANQUER

Pro Stars. Conférence et basket le 23 septembre

En parallèle du tournoi international de basket professionnel Pro Stars Pays de la Loire, une conférence est organisée à destination des dirigeants et cadres d'entreprises ou d'institutions. Elle aura pour thème : « La communication d'entreprise. Petite ou grande, la nécessité de communiquer pour une entreprise ou une institution. Comment sensibiliser et impliquer ses collaborateurs dans sa propre communication. » Elle sera animée par Thierry Lardeux (RTL), avec la participation de Zohra Gallard, présidente de la CGPME 49, Maxence Henry, directeur de l'institut Mc Luhan (Ircom), Régis Lefebvre, membre de la direction de la communication nationale du groupe Mousquetaires, et Louis-Marie Pasquier, co-fondateur du groupe Brioche Pasquier et président du réseau Entreprendre en Maine-et-Loire.

PRO STARS PAYS DE LA LOIRE

Vendredi 23 septembre. Conférence à 14 h 30, au siège du Crédit Agricole Anjou Mayenne, boulevard de Coubertin, à Angers. Tournoi à partir de 19 h, salle Jean-Bouin. Inscriptions avant le 10 août. Pack complet VIP entreprise (conférence, entrée aux matchs, cocktail dînatoire, open bar et parking privé) : 40 €. Pack conférence seule : 10 €.

Renseignements : Louis Blanvillain, au 02 41 37 19 12 ; prostars@orange.fr

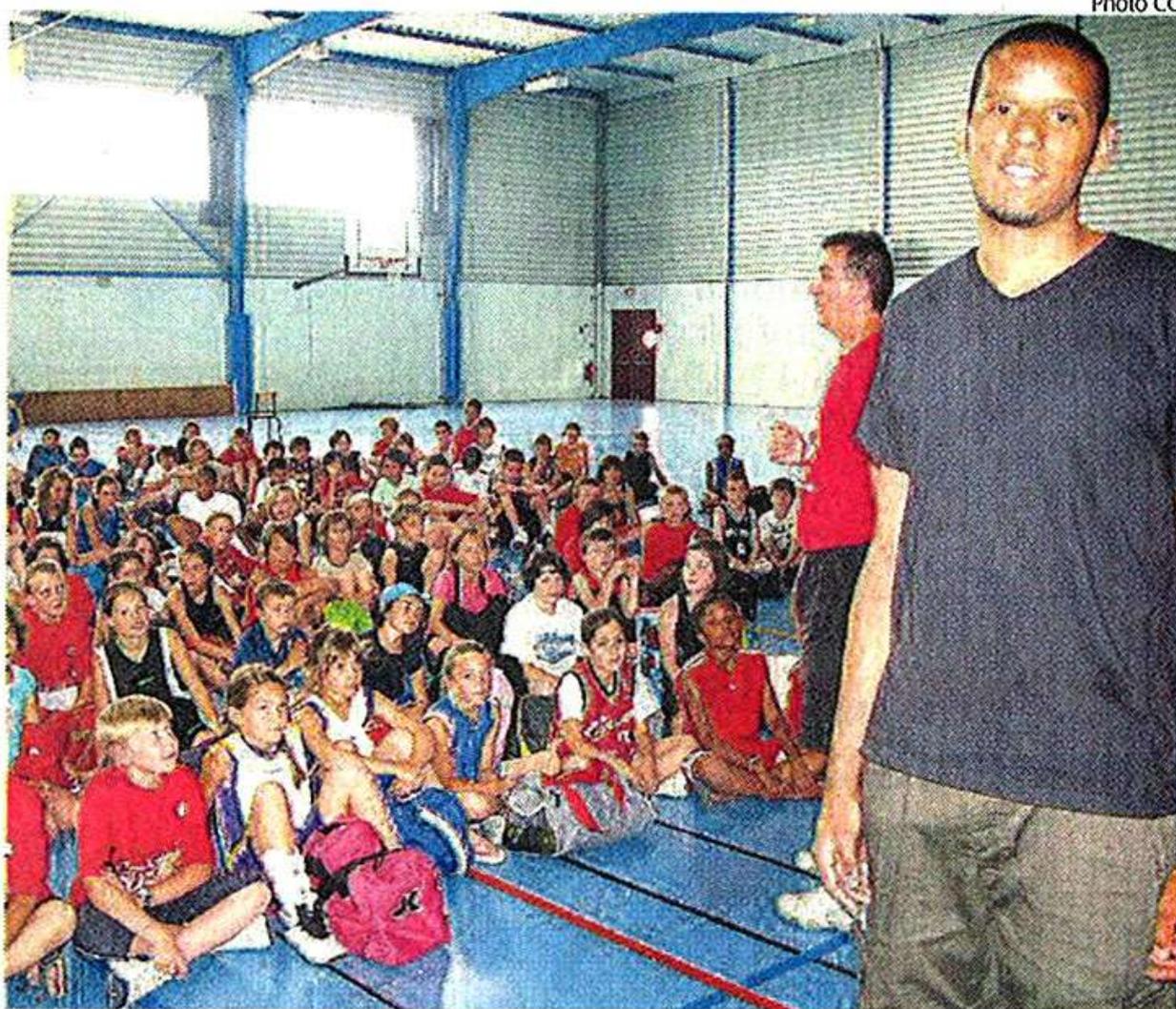
Le Journal des Entreprises – Juillet 2011

6. CAMPS ÉTÉ DE CHOLET BASKET

Mejia

Il est de retour... mais pas pour longtemps ! Samuel Mejia, capitaine emblématique de Cholet-basket lors des deux dernières saisons, est ce mardi à Cholet. Transféré cet été au CSKA Moscou, il est l'invité vedette du camp d'été de Cholet-basket.

Ouest France – Mardi 5 juillet 2011



Avant de partir à Moscou, Mejia a rencontré ses fans

Le basketteur était entouré hier des 240 jeunes qui participent aux premiers camps d'été de CB.

Le Courrier de l'Ouest – Mercredi 6 juillet 2011



Sammy Mejia, sur le départ, rencontre ses fans

Avant de quitter Cholet pour Moscou, où il jouera la saison prochaine, Samuel Mejia a rencontré hier 240 jeunes basketteurs qui participent aux premiers camps d'été de Cholet-Basket.

Certains parmi les plus jeunes, portent des maillots des Lakers de Los Angeles ou des Bulls de Chicago, d'autres font plutôt dans la sobriété mais tous partagent la

même passion du basket. C'est pour ça d'ailleurs qu'ils participent aux camps d'été de CB qui ne se sont d'ailleurs jamais si bien portés. « On est complet depuis le mois d'avril », assure Jean-François Martin le responsable de l'organisation.

Hier après-midi, 240 stagiaires âgés de 7 à 18 ans, s'étaient rassemblés dans la salle de sports de la rue de Livet pour accueillir Samuel Mejia qui a eu droit évidemment à une

standing ovation. C'était sans doute la dernière apparition du joueur dominicain dans la capitale du mouchoir où est née sa petite fille il y a quelques jours : « Sammy va partir aux États-Unis puis rejoindre Moscou où il jouera la saison prochaine au CSKA ».

Un nouveau challenge

Aux jeunes qui buvaient ses paroles il a expliqué qu'il allait tenter « un

nouveau challenge au sein d'une équipe régulièrement présente dans le dernier carré de l'Eurolligue. » Pour l'instant, Samuel Mejia n'a pas de projet en NBA : « ça ne constitue pas pour moi une priorité ». Et Cholet ? « nous avons effectué une grande saison malgré notre défaite en finale. Mais c'est très difficile d'être champion deux fois de suite ». Parole d'expert.

Le Courrier de l'Ouest – Mercredi 6 juillet 2011



7. INTERVIEW SAMUEL MEJIA

Sammy Mejia : « A Cholet, j'ai appris à gagner »

Pro A. Avant de quitter Cholet en fin de semaine, et après y avoir vu naître sa fille, Sienna Abigail, le 30 juin dernier, le MVP étranger 2011 de Pro A s'est confié. Son passage à Cholet ne lui laissera que des bons souvenirs.

Entretien

Sammy, quelle est la différence entre le Sammy Mejia qui débarquait à Cholet Basket il y a deux ans et celui d'aujourd'hui ?

La différence, ce sont les victoires. Avant Cholet, j'avais toujours bien joué, scoré, réalisé de gros matches. Mais avec tous ces matches gagnés avec Cholet, je vois maintenant le basket différemment. Avant je jouais pour faire le métier. Maintenant, je joue avec une seule attente : gagner. Je pense que c'est ce que j'ai appris le plus à Cholet.

Pourquoi avoir signé avec le CSKA Moscou ?

Si on regarde l'histoire, je ne connais pas un autre club, mis à part peut-être le Real Madrid, qui a gagné plus de titres...

Le Real vous a contacté ?

Nous avons discuté, mais c'était tardif. À cet instant, j'avais presque finalisé avec le CSKA.

Le CSKA a gagné le titre russe ces neuf dernières saisons, l'Euroleague en 2006 et 2008, et ils ont été au Final Four sept fois ces dix dernières saisons. Je voulais être un membre d'une équipe qui a les plus grosses chances de jouer au plus haut niveau européen. Et je pense avoir pris la bonne décision.

Quelles sont les autres équipes qui vous ont contacté ?

Maccabi (Tel Aviv), Malaga, Valence, Azvomash (Mariupol), Efes Pilsen (Istanbul), Fenerbahçe (Istanbul) a téléphoné. Mais j'ai vraiment considéré les propositions du CSKA, de Malaga, d'Efes Pilsen et du Maccabi, des équipes où j'avais une chance d'aider.



OVATIONNÉ par les participants au camp d'été de Cholet Basket, qui débutait hier, Sammy Mejia a pu une nouvelle fois mesurer sa grosse côte de popularité dans la cité maugeoise.

Le CSKA construit une grosse armada, avec Kristic, Lavrinovic et peut-être Teodosic. Votre rôle va être différent, vous qui étiez le « go-to-guy » à Cholet...

Oh, bien sûr ! Mais ils m'ont signé car ils ont aimé ce que j'ai fait avec Cholet.

Donc je dois faire la même chose, mais avec une mentalité différente. Car au CSKA, il y a dix Sammy. Donc je devrai donner le maximum durant mon temps de jeu. L'objectif du CSKA est de gagner l'Euroleague, le

championnat, et aussi la VTB League (N.D.L.R. : qui réunit plusieurs pays de l'Est). Donc vous devez avoir suffisamment de joueurs pour remplir cet objectif.

Vous avez toujours été très sympas avec les supporters choletais. Avez-vous un message pour eux ?

Oui. Je les aime beaucoup. Le premier mois à Cholet, ce n'était pas facile. J'étais très frustré. Mais les fans ont toujours montré leur soutien, et

c'est ce qui m'a rendu amoureux de Cholet. Quand je voyais après la douche tous ces enfants qui m'attendaient pour les autographes, ça me rendait heureux. Au supermarché, les fans me saluaient aussi. C'est une superbe atmosphère. C'est l'une des meilleures expériences que j'ai connues de toute ma carrière. Et puis, ma fille Sienna Abigail est née à Cholet. C'est une Choletaise !

Recueilli par
J.D.

Ouest France – Mercredi 6 juillet 2011



8. DES NOUVELLES DE RODRIGUE BEAUBOIS



Rodrigue BEAUBOIS

Stats playoffs : n'a pas joué en playoffs.

Sa saison : La galère absolue. Touché au pied avec l'équipe de France, blessé à nouveau lors de sa rééducation, Rodrigue n'a disputé que 28 matches de saison régulière et n'est pas entré en jeu la moindre seconde en playoffs. Coach Carlisle a décidé de conserver sa rotation lors des finales sans donner sa chance au Français, pas à 100% mais capable de jouer. Un choix difficile à contredire, compte tenu du résultat...

Son avenir : Un gros point d'interrogation. Un potentiel énorme dont les Mavericks se sont parfaitement passés cette saison. Rodrigue dispose encore d'une année de contrat garanti, mais un *trade* n'est pas inenvisageable.

BAM – Juillet 2011





Les Mavericks champions NBA 2011

BAM – Juillet 2011

► BASKET

Beaubois prolonge à Dallas.
Le meneur de jeu français, Rodrigue Beaubois, a prolongé son contrat avec les Dallas Mavericks juste avant le lock-out qui pourrait avoir comme conséquence l'annulation de la saison. L'ex-Choletais est désormais texan jusqu'en 2013.

Le Courrier de l'Ouest – Samedi 2 juillet 2011

9. DES NOUVELLES DE MAXIME CHUPIN

► BASKET

Chupin à Angers BC. Maxime Chupin s'est engagé avec Angers BC (N1) pour la saison prochaine. Champion de France espoirs avec Cholet Basket en 2010, le jeune intérieur de 2,05 m avait obtenu une bourse pour jouer en NCAA (Etats-Unis) l'an passé, mais des problèmes administratifs l'en ont empêché.

Le Courrier de l'Ouest – Vendredi 1er juillet 2011

Maxime Chupin signe pour deux ans à Angers BC 49

L'intérieur originaire de Jallais, Maxime Chupin (21 ans, 2,05 m), s'est engagé pour deux saisons avec Angers BC 49. Il faisait partie du groupe de Cholet-Basket, champion de France en 2010.

Il avait ensuite pris la direction des États-Unis (Irvine en Californie), pour découvrir le basket universitaire (NCAA). Des problèmes

administratifs l'avaient empêché de jouer.

N3M : Moreau en Vendée. Martin Moreau (1,85 m, 21 ans), vu dans l'effectif de N1 d'Angers BC 49 ces dernières saisons, n'évoluera finalement pas avec la réserve de l'ABC, promue en N3. L'arrière rejoint Saint-Fulgent, nouveau club du coach angevin Julien Hérault.

Ouest France – Vendredi 1er juillet 2011





les nouveaux
commerçants

Système U Ouest

Le CA réseau en hausse de 4%

Les 425 magasins du réseau Système U Ouest ont enregistré en 2010 un chiffre d'affaires TTC global, hors carburants, de 6,73 Mds€ (+ 3,90%). La part de marché de Système U Ouest, qui regroupe 25.780 collaborateurs, est de 25,58 %. En 2011, le réseau prévoit 7 Mds€ de CA, pour plus de 430 points de vente.

Le Journal des Entreprises – Juillet 2011

Super U va s'agrandir de plus de 1 000 m² et créer huit emplois

Hier après-midi, la Commission départementale d'aménagement commercial a émis un avis favorable à l'extension du supermarché bellopratrain.

Cédric SOULIÉ

cedric.soulie@courrier-ouest.com

L'enseigne Super U de Beaupréau franchit une nouvelle étape après l'ouverture du Centrakor, l'hiver dernier. Suite à l'avis favorable de la Commission départementale d'aménagement commercial (CDAC), réunie à la préfecture de Maine-et-Loire, hier après-midi à Angers, le supermarché va pouvoir s'agrandir dans les prochains mois. Une extension de 1 050 m² qui portera ainsi la surface totale de vente à 4 750 m². « J'ai fait une demande il y a deux mois environ en préfecture et je suis satisfait que la commission est acceptée et validée mon projet », réagissait, hier, Christophe Durand, PDG du magasin.

« Nous ne souhaitons pas basculer vers un hyper »

L'agrandissement est prévu à l'arrière du bâtiment actuel, « ce qui donnera plus de profondeur et surtout plus d'espace à la clientèle », ajoutait-il. Cette extension sera essentiellement réservée aux produits alimentaires et à l'optimisation du e-commerce (commande par Internet), mis en place depuis plusieurs mois maintenant. « Nous allons aussi pouvoir élargir notre gamme de produits qui ne cessent



Christophe Durand, PDG du Super U de Beaupréau. Photo CO - Archives.

de croître d'année en année, précisait encore Christophe Durand. Mais, en revanche, nous resterons estampillés Super U, nous ne souhaitons pas basculer vers un Hyper afin de préserver la proximité et la convivialité envers nos clients ». Parallèlement, le chef d'entreprise bellopratrain envisage également d'embaucher du personnel. « Rien n'est encore totalement défini,

mais je pense pouvoir embaucher au moins huit personnes dans le cadre de cet agrandissement », expliquait-il. Mais auparavant, Christophe Durand devra déposer un permis de construire pour ensuite engager les travaux. « C'est pour cette raison simple qu'il est encore beaucoup trop tôt pour donner une date d'ouverture du Super U agrandi », concluait-il.

Le Courrier de l'Ouest – Mardi 5 juillet 2011

11. BOUYER LEROUX, PARTENAIRE DU CHOLET BASKET ENTREPRISE



Bouyer-Leroux

7 M€ investis en Vendée

Bouyer-Leroux, basée à La Séguinière, va investir 7 M€ dans son usine de briques à Saint-Martin-des-Fontaines (85). L'objectif est de passer la production de 75.000 à 100.000 tonnes d'ici à la fin 2012. Bouyer-Leroux, qui emploie 350 personnes, a réalisé un CA de 70 millions d'euros et prévoit 28 % de croissance pour 2011 afin d'atteindre 90 M€.

Le Journal des Entreprises – Juillet 2011

12. CHOLETBUS, PARTENAIRE DU CHOLET BASKET ENTREPRISE



MARC DELAYER

Directeur général des Transports publics du Choletais, Marc Delayer vient d'être élu au conseil d'administration de l'Union des transports publics. L'organisation professionnelle regroupe autour de la SNCF-Keolis, Veolia-Transdev et le Groupe RATP, des opérateurs privés et publics locaux exerçant sur le marché français.

Le Journal des Entreprises – Juillet 2011

● LA STRATÉGIE

mediapilote 



En décidant de fusionner leurs deux entreprises, Thierry Duchon (à gauche) et Pierre Rochouane entendent accélérer la création d'un réseau d'agences.

Mediapilote. Fusion avec le Lavallois GL Partenaire

● **L'ENJEU** En se rapprochant de son homologue GL Partenaire, Mediapilote renforce son ambition de créer un réseau inédit d'agences de communication dans l'Ouest.

Dans les affaires, chasser sur les terres des autres peut parfois tourner au couac. À l'affrontement, mais aussi à la défaite. Mediapilote et GL Partenaire ont profité du début de l'été pour démontrer que l'inverse était également possible. Les deux entreprises de communication, installées respectivement à Cholet et Laval, viennent tout juste de fusionner pour constituer un groupe de 30 salariés dégageant 1,5 M€ de marge brute consolidée. À l'origine, c'est l'arrivée du Choletais Mediapilote à Rennes en juin 2010 qui déclencha les premiers échanges. Installée depuis toujours à Laval, GL Partenaire lorgnait également vers l'Ille-et-Vilaine. «Après des semaines de discussions, nous nous sommes rendu compte d'une évidence avec Thierry Duchon: nous partageons les mêmes valeurs et notre projet

était commun », explique Pierre Rochouane, 37 ans, dirigeant-fondateur de Mediapilote, et nouveau président du directoire. Thierry Duchon, 45 ans, à la tête de GL Partenaire depuis 2002, présidera pour sa part le conseil de surveillance de la SA.

« Une place à prendre »

Désormais constitué, le groupe Mediapilote va donc pouvoir développer l'envie similaire de ses deux co-dirigeants: construire un réseau inédit d'agences de communication dans l'Ouest, qui pourrait rassembler chacune à terme 10 à 15 salariés. Le modèle s'apparente à celui des groupes d'expertise comptable. « Tout part de plusieurs constats: les agences nationales recherchent davantage les grands annonceurs; les PME en province les rejettent car elles désirent de la proximité, de l'écoute. Paral-

èlement, les mutations s'accélérent dans nos métiers avec des compétences qui se multiplient. Les sociétés de petites tailles et les indépendants ne possèdent pas ces multiples expertises. Il y a une place à prendre pour un interlocuteur unique rassemblant toutes les compétences, assure Pierre Rochouane. La tête de réseau est au service des agences avec chacune ses spécificités. L'enjeu est d'être capable de traiter à la fois des demandes de PME locales et régionales et des budgets plus importants. »

Cette synergie se développe dès à présent sur le web, le digital, le référencement, le message publicitaire à l'international ou la conception-rédaction.

Le Mans, première cible ?

Majoritaires au capital, à hauteur de 80%, Pierre Rochouane et Thierry Duchon partagent l'actionariat avec les associés-

gérants des agences. Présent à ce jour à Cholet, Laval, Angers et Rennes, le réseau Mediapilote envisage de se déployer rapidement dans l'Ouest. À Nantes notamment ? « C'est un peu saturé même si on rencontre des salariés d'agences prêts à se lancer. Les talents existent, nous avons les moyens financiers mais il faut regarder la pertinence de l'implantation. » En septembre, c'est finalement Le Mans qui pourrait constituer la cinquième agence du nouveau groupe.

Thomas Giraudet

MEDIAPILOTE

(Cholet et Laval)
P-dg: Pierre Rochouane
CA: 2,3 M€ consolidé avec GL partenaire
MB: 1,5 M€ consolidée
Salariés: 29
Contact: 02 41 70 05 12;
02 43 56 84 92

● COMMENT J'AI FAIT



Le P-dg Laurent Morillon poursuit le chemin tracé par son père, celui de l'export des extracteurs pour produits difficiles fabriqués par la PMI d'Andrézé.

« J'exporte mes extracteurs depuis 30 ans »

● **SON DÉFI** Laurent Morillon, P-dg du fabricant de matériels de manutention en vrac, compense la faiblesse des investissements de clients français via ses exportations.

Les grosses coopératives n'investissent plus beaucoup en France, les usines d'aliments pour animaux sont aussi plutôt en train de se restructurer. En tant qu'équipementier, spécialiste du matériel de manutention, l'exportation atteint désormais 80% de notre chiffre d'affaires. Pour nos vis balayeuses, qui permettent d'extraire les céréales des silos, c'est même 95% de nos ventes.

Accélérer en sécurisant son assise financière

Nous exportons depuis plus de 30 ans. Mon père avait démarré un réseau de distributeurs et dès le début des années 80, il exposait dans des salons professionnels à l'étranger, comme le Victam aux Pays-Bas pour l'alimentation animale. Ces salons internationaux constituent notre première voie d'entrée sur un marché. Il s'agit d'y être présent régulièrement, à l'instar de notre pro-

chaine participation au Victam Bangkok début février 2012. Nous avons fait partie des premiers exposants européens dès le lancement de cette version asiatique du salon en 1991. La même logique s'applique dans le segment du bois énergie. Je rentre par exemple d'un salon en Allemagne, qui concerne toute l'Union européenne dont les nouveaux pays de l'Est car nous envisageons d'ouvrir prochainement un bureau en Europe Centrale. Depuis une dizaine d'années, il a fallu accélérer l'export et notamment sortir de l'Union européenne car la situation est assez similaire dans tous les pays d'Europe de l'Ouest. C'est l'un des objectifs que soutient notre actionnaire industriel Siparex qui a pris 20% de notre capital l'an dernier.

Récolter des informations

Pour être forts à l'exportation, il faut bien analyser les différents marchés et répondre avant tout aux besoins exprimés. Le mois

dernier, nous étions au Japon, chez un fabricant de manutention industrielle pour présenter notre extracteur. Dans ce genre de rencontres, à défaut de vendre, nous récoltons des informations importantes sur le marché local, les clients, les projets, les acteurs majeurs... Il faut sans arrêt être en avance sur nos concurrents par la qualité des produits et les services associés.

Élargir le réseau

Pour réussir, il nous a fallu trouver des distributeurs fiables. Nous en avons 15 à travers le monde, avec lesquels nous avons un "gentlemen's agreement", excluant qu'ils proposent par exemple les matériels de nos concurrents directs. Nous sommes également intégrés par des sociétés d'ingénierie dans leurs propres marchés à l'exportation. Aujourd'hui, après quatre ans de travail, nous cherchons à développer nos ventes sur le continent américain, sur les terres de

notre principal concurrent. Pour progresser, rien ne remplacera un bureau Morillon décentralisé...

Pour l'Amérique latine, nous avons un partenariat avec une société française implantée au Brésil, pays sur lequel nous misons beaucoup sur les prochaines années. Mais avec beaucoup de place au sol et une main-d'œuvre nombreuse, les Brésiliens stockent souvent à même le sol dans des hangars. Je mise sur leur prise en compte de la qualité du produit et la sécurité du personnel pour aller vers des silos de stockage verticaux avec des extracteurs... Morillon de préférence ! [rires]

Yanne Boloh

MORILLON

(Andrézé)
P-dg : Laurent Morillon
CA : 9,1 M€
Salariés : 45
Contact : 02 41 56 50 14

15. AUTO PIÈCES ATLANTIQUE, PARTENAIRE DU CHOLET BASKET ENTREPRISE

ESPACE FEDA

ENTRETIEN

AUTO PIÈCES ATLANTIQUE
DISTRIBUTEUR

“Nos ateliers sont là pour servir notre métier de distributeurs de solutions”



JEAN-MARIE SAUVÈTRE,
président d'Auto Pièces Atlantique

Bio express

54 ans. Marié, deux enfants en instance de bac au moment de l'interview.

Après son Bac, définit son trajet professionnel en autodidacte.

En février 1977, entre au Crédit Mutuel Océan, qu'il ne quittera que 20 ans. Trois années après son entrée dans la banque, prend sa première direction d'agence à 22 ans, avec 4 personnes.

Puis, assure la sous-direction d'agence avec 20 personnes et, en suite logique, la direction d'une agence de 40 collaborateurs lui est confiée, à Challans.

Déploie, avec plaisir et conviction le concept "d'agence de l'an 2000" qui modifie structurellement et culturellement l'agence bancaire de l'époque. Se rend compte qu'il va bientôt arriver à la fin de la période de sept ans, à la fin de laquelle il est censé prendre un autre poste ou rejoindre le siège. On parle de lui pour la direction d'une région. Mais il se dit que c'est bien loin du terrain, de l'opérationnel.

A 37 ans, envisage de tenter une autre aventure. Renonce puis s'en ouvre, par hasard à un ami qui lui annonce qu'il quitte la concession Peugeot de Cholet pour celle de La Rochelle, laissant une vacance... Jean-Marie Sauvêtre rencontre alors Jean-Paul Dubreuil, le président du groupe éponyme*, pour voir...

Homme d'engagement et de défis personnels, Jean-Marie Sauvêtre s'accomplit pleinement dans les arcanes du management. Sans se réfugier derrière l'étiquette du patron mais sans en oublier non plus les responsabilités, le président d'APA vient d'amener sa société à 320 personnes. De quoi assouvir sa passion, nourrie par une propension naturelle à s'entourer de collaborateurs à qui il accorde une confiance vigilante et amène. Du savant dosage du management en somme...

Avant d'évoquer l'acquisition de Carmoine, évoquons, déjà, celle du CAC qui a marqué vos "début" chez APA?

Aujourd'hui, 4 ans après la reprise du Comptoir Automobile Castelbriantais, nous reconnaissons avec plaisir le bien-fondé de la stratégie de la société. Qui se définit par l'alliance de la force et des moyens du groupe Dubreuil, à la dynamique d'un acteur local, reconnu pour sa maîtrise du secteur et la connaissance de sa clientèle. Le CAC a ainsi pu lancer les activités poids lourds, d'équipement de garage et de maintenance qu'il n'aurait pas pu développer sans notre puissance d'achat et de référencement.

Avec l'achat de Carmoine, ce sont encore quatre sites à intégrer, comment aborde-t-on le management des sites, quand la croissance devient aussi importante? Je répondrais par une question: est-ce que l'entreprise ne tient qu'à un homme ou est-ce qu'elle relève d'une organisation, d'une équipe, d'un concept, d'une culture, voire de fonctions support. Ces dernières, bénéficiant de structures définies (cela est bien sûr lié à la taille de la société), en général, ne procèdent pas que par l'omniprésence et la grande qualité d'un seul indi-

vidu. Cependant, la personne, et la fonction de directeur du site s'avèrent très importantes. C'est pourquoi, la première action, que j'ai mise en place, a consisté à renforcer l'autonomie des directeurs de site, pour que leur rôle ne soit pas réduit aux seuls tableaux de bord à remettre au siège. En me disant que si la structure centrale pêchait pour une raison ou une autre, nous pourrions, quand même, nous appuyer sur des secteurs qui fonctionnaient bien. Auto Pièces Atlantique est donc clairement organisé autour de 40 personnes réparties dans les fonctions support, au service des 200 autres présentes sur le terrain qui font le travail du distributeur. J'ajouterais que dans un métier de proximité, il est impératif de ne pas trop s'éloigner des sites, et Carmoine est tout à côté d'APA.

Quels sont les secteurs qui ont été dévolus aux fonctions support?

Le management et l'organisation me reviennent en propre avec mon assistante. En fonctions supports, nous disposons de plusieurs pôles, une direction commerciale (6 personnes d'encadrement avec des assistants, un directeur commercial et marketing et 5 hommes "produits"), une direction achats

et relations fournisseurs et une direction technique, pour la coordination des ateliers et des 60 techniciens.

Est-ce que cela signifie que le directeur d'un site ne doit pas se soucier des achats, par exemple?

Le directeur des achats n'a pas vocation à trancher tout seul dans son coin! Les achats sont la résultante de rencontres entre les hommes "terrain", le "commercial" et la direction des achats, rencontres qui prennent la forme d'un comité se réunissant tous les deux mois, autour des opportunités de bascule, de référencement, de demandes spécifiques du terrain, ou de spécificités locales. Nous étudions les demandes des uns et des autres, qui peuvent acheter auprès de fournisseurs particuliers.

En acquérant Carmoine, vous changez véritablement de dimension, ne craignez-vous pas les contraintes fortes que génère cet effet de taille?

La question se pose autrement. Qui peut, aujourd'hui, répondre dans une entreprise de distribution, à tout ce qu'on lui demande au niveau des spécificités métiers, de l'augmentation des références, des normes européennes, des ajuste-

ments juridiques, des équipements, du négoce... quel est l'homme qui peut gérer tout cela avec un réel professionnalisme dans le respect de la réglementation et avec une dynamique commerciale pour aller vers de nouveaux marchés? Les fonctions support générales du groupe Dubreuil d'un côté, et les spécialistes métiers d'Auto Pièces Atlantique de l'autre, servent, justement, à absorber et à mutualiser l'ensemble de ces obligations. Avec Carmoine, en outre, nous avons beaucoup de points communs, nous sommes AD et indépendants, et nous sommes à peu près sur les mêmes ratios de marge et de résultats. Nous fonctionnons globalement de la même façon et sommes tournés tous deux vers les professionnels.

Quelles vont être vos premières actions?

Avec ce rapprochement, nous pouvons être plus efficaces dans notre logistique, nous comporter plus en industriel. Face à la diversification des activités, des modèles, des métiers, nous avons besoin d'expertises que seul un distributeur de bonne taille peut s'offrir grâce à la mutualisation des moyens. En plus de cela, nous pouvons envisager des opérations de déstockage, des élargissements de gammes, etc.

Comment vous inscrivez dans un contexte local marqué par un nombre considérable de plates-formes de distribution?

Le rôle premier des plates-formes de distribution et jusqu'à maintenant, heureusement tenu par le plus grand nombre, c'est d'offrir une complémentarité à la distribution telle qu'organisée avant elles. Leur justification tient principalement dans l'élargissement constant des gammes qui rendent impossibles les couvertures optimales par les distributeurs. Dès lors qu'ils restent sur leur créneau de complé-

mentarité des distributeurs en ne livrant pas directement leurs réparateurs, c'est un service et rien de plus. S'ils veulent jouer un rôle de distributeur final, nous sommes clairement en opposition. Cependant, pour des organisations comme la nôtre, une question se pose, car nous sommes les premiers clients de ces plates-formes, alors que celles-ci, même si ce n'est pas leur volonté première, sont l'une des deux conditions sine qua non pour qu'un nouveau type de concurrence apparaisse et se déve-

"La dynamique qui se met en place à l'AD, ne peut relever que d'un groupement fort"



www.atlantiquepièces.com

loppe. Les sites Internet et les jobbers de proximité, sans Teccod et sans les plates-formes, ne pourraient pas exercer leur métier. Donc le fait d'être leur premier client, et de faire en partie le nid de nos concurrents, nous interpelle.

Et quand lancez-vous votre plateforme en propre?

Vous n'aurez pas d'annonce de ce type! Mais un certain nombre de décisions seront prises face à cette situation. C'est à nous d'être plus vigilant, dans l'élargissement des

gammes. L'augmentation de nos volumes avec Carmoine va nous permettre d'élever le niveau du déclenchement du stockage. Quand une pièce tourne une fois par an à un endroit, elle peut tourner deux ou trois fois au total, elle va franchir des seuils de déclenchement d'approvisionnement plutôt que rester en position de dépannage. Tout cela est en mouvance permanente, et c'est cela qui est difficile à gérer.

Avez-vous envisagé d'avoir un stock central pour desservir vos magasins?

Nous sommes organisés aujourd'hui avec un magasin principal, (chez APA comme chez Carmoine), qui ne reçoit pas tout pour effectuer un dispatching, mais se veut simplement plus conséquent que les autres. Les autres magasins s'appuient sur lui, en complémentarité, grâce à un système de navettes. Créer un magasin central qui reçoit tout et re-dispatche peut avoir un sens mais présente aussi ses contraintes en termes de manutentions, de réacheminement, de repiquages etc. Cela serait envisageable si le fournisseur y trouvait un intérêt et le rémunérait. Après, tout est question de délais...

Avec plusieurs établissements, 49 millions d'euros de chiffre d'affaires,

un volume d'achats aussi important, vous est-il encore nécessaire d'adhérer à un groupement? Oui, bien sûr et pour deux raisons majeures, à commencer par le sourcing. Un distributeur, même important, n'est pas en mesure d'aller chercher hors des sentiers battus d'autres fournisseurs que tous ceux connus par leurs positions en première monte. La démarche est semée d'embûches et il est hors de question de prendre le moindre risque sur la qualité des produits, qui aurait des conséquen-

Bio express

Et c'est tout de suite vu. Il est adoubé par le grand patron et accepte (il lui aura fallu 2 mois et demi pour passer à l'acte!), parce que dans une concession, il peut s'adonner à ce qu'il préfère exercer, le management et l'organisationnel.

En 1996, donc, découvrez le métier de concessionnaire en tant qu'associé du groupe Dubreuil puis ajoutez la concession de Bressuire à son portefeuille. Prend, à la demande du président, la branche automobile du groupe, **de 2002 à 2003**. Pendant cette période, crée le business plan et la politique de fonctionnement de la plateforme de pièces "Opal".

Décide de relever un nouveau challenge - le métier de concessionnaire ne l'amusant plus autant - tout en restant dans sa proche région - vie de famille prioritaire oblige - et propose sa candidature à Paul-Henri Dubreuil, l'actuel président du groupe, pour prendre la direction d'Auto Pièces Atlantique, qui vient d'effectuer sa fusion **en 2006**, avec les filiales de Cholet (la Sedac) et de Saint-Nozaire (Fabergier), en plus de ses sites d'Orvault, de Rezé et d'Ance-nis. Soit 5 établissements et 175 personnes dont il est président, actionnaire et mandataire social.

En 2007, achève les négociations avec le CAC (Comptoir Auto Castelbriantais), le sixième établissement, qu'il intègre au groupe. **2011**, le groupe Dubreuil, son actionnaire majoritaire et lui reprennent les quatre établissements d'AD Carmoine, soit trois sociétés et 80 personnes, autour de Rennes. L'entreprise Auto Pièces Atlantique pèse aujourd'hui 49 millions d'euros pour 320 personnes sur les départements 35, 44, et 49.



►►► ces dramatiques au niveau de la sécurité et désastreuses sur le plan de la politique qualité d'un distributeur. Cette démarche que font certains (en se regroupant, en se répartissant les rôles) de prendre plus d'autonomie en la matière, m'apparaît trop lourde de conséquences pour le profit qu'on peut en tirer.

Et la deuxième raison essentielle de l'adhésion à un groupement ?
C'est la partie "marketing global", celui qui va jusqu'à la reconnaissance par le grand public. La dynamique qui se met en place à l'AD, avec le congrès, les sites Internet, un nouveau bloc de marques, une communication télé et radios, de nouveaux accords et partenariats, reconnaissons-le humblement, ne peut relever que d'un groupement fort et disposant de professionnels experts pour s'en occuper. Nous ne sommes pas capables au niveau régional de peser sur la reconnaissance grand public. Les réseaux ne sont pas là pour séduire uniquement quelques réparateurs, ils sont là pour être reconnus chez le client final et si nos réparateurs travaillent plus, nous aussi.

Etes-vous satisfait de la dynamique insufflée par la nouvelle direction de l'Autodistribution ?
Même dans nos rêves les plus fous, nous ne pouvions pas espérer un

tel état d'esprit fin 2008, début 2009, nous sommes passés d'un extrême à l'autre. Tout n'est pas réglé, et nous ne sommes pas dupes des intérêts des uns et des autres, mais, aujourd'hui, que ce soit avec la nouvelle gouvernance d'Olivier Roux et de Stéphane Antiglio, que ce soit avec les équipes de la centrale, du commerce... cela se passe extrêmement bien. C'est un état d'esprit formidable et je ne vois pas comment des organisations complexes pourraient travailler sans cette collaboration entre des gens de terrain en contact avec le client, et des gens d'expertise qui étudient les dossiers de façon plus froide, en allant voir ce qui se passe ailleurs, et plus loin. Quand on arrive à faire cela, on se trompe moins souvent. Et c'est toute la richesse d'une organisation.

Vous avez évoqué le marketing et l'animation de réseaux de garages, êtes-vous un adepte de ce type de fidélisation et pensez-vous pousser plus avant jusqu'à la prise de participation dans les garages ?

Auto Pièces est depuis longtemps un des principaux animateurs de réseaux, soit plus de 130 enseignes animées par APA et près de 50 par Carmoine, c'est-à-dire presque 180 enseignes mécaniques, carrosserie et Poids lourd. Nous avons volontairement misé sur le concept de réseaux, et devons être

le 1er ou le 2e distributeur AD en nombre d'enseignes. Je crois en notre monde de la rechange indépendante, avec des artisans propriétaires de leur affaire et qui se mouillent pour leur clientèle, c'est-à-dire qui s'adaptent, qu'ils en connaissent le prix, qui savent faire des efforts, etc. Parce que les garages sont des entreprises de services qui ont un esprit de disponibilité et de service indispensable à leur survie. Avec la structure de l'emploi en vigueur en France, un salarié ne pourra jamais rendre un service meilleur que celui d'un entrepreneur, qui mouille son argent, sa famille et son travail. Pour moi, la voie de développement pour un distributeur indépendant, ne peut être l'acquisition de garages, car vous êtes à la fois le concurrent et le fournisseur des autres réparateurs.

Comment voyez-vous l'évolution d'Internet dans le secteur de l'automobile ?

Internet a été une révolution difficile à vivre pour les réparateurs parce que ce sont eux qui ont été télescopés les premiers, par les publicités sur la toile, ce sont eux, que les clients finaux sont allés voir en pensant même que les réparateurs avaient encore plus de marges, que ne le laissaient supposer les prix vus sur Internet. Artisans avant d'être commerçants, ils n'étaient pas préparés à ce qu'on vienne leur demander des 30, 40 ou 50 % de remise ou de la monter qu'ils amenaient, ou encore que soit remis en cause tout travail de devis ou de facturation.

Mais Internet représente un marché en progression ?

Il me semble que l'Internet B to B n'est pas loin d'avoir trouvé son marché, il doit être à 7/8 % (avec les pneus), du marché de la vente de pièces (comptant et professionnels) et pour moi, son marché accessible, ce sont les particuliers au sens large. Car le concept n'est pas celui qui est attendu du professionnel - même si celui-ci, à

"Il me semble que l'Internet B to B n'est pas loin d'avoir trouvé son marché, il doit être à 7/8 %, du marché de la vente de pièces"

la marge, peut y avoir recours en dépannage exceptionnel. Le distributeur doit lui fournir à 95-97 % toutes les pièces dont il a besoin. Par ailleurs, nous avons assisté à un phénomène de bulle, où tout le monde a spéculé, y compris les équipementiers! Certains sont allés jusqu'à offrir les mêmes conditions à des sites Internet n'atteignant pas un million d'euros de chiffre, qu'aux distributeurs en réalisant 20 ou 30. En plus, en sachant très bien que derrière le site Internet, il n'y avait pas forcément quelqu'un au professionnalisme reconnu et engagé comme tel. Il ne faudra pas qu'ils soient surpris que certains groupements leur en tiennent rigueur.

A plusieurs reprises, vous avez parlé d'expertises, comment envisagez-vous la réponse technique que le distributeur doit offrir au réparateur et, via lui, au client final?

Je mène une politique volontariste de recentrage pour certains ou d'amplification pour d'autres, de nos ateliers en CTA. Un atelier peut être ouvert à l'entretien et à la réparation, un CTA, c'est un service ouvert aux professionnels. La démarche s'avère donc cohérente. Notre client c'est avant tout un professionnel et nos ateliers existent pour que l'on joue notre rôle de distributeurs de solutions, des pièces donc et tout ce qui peut aller autour, c'est-à-dire l'assistance téléphonique, les solutions de diagnostic ou de production si elles n'existent pas chez le réparateur, un complément de diagnostic dans des marques ou pour une génération pour lesquelles le réparateur ne détient pas l'appareil ou la technicité; cela peut être la formation, le commerce de véhicules, etc. Notre slogan, c'est "distributeur de solutions" parce que la vente de pièces sèches n'est pas suffisante pour accompagner dignement un réparateur aujourd'hui. Selon sa taille et son positionnement, il sera très demandeur de formation, d'assis-

tance, d'aides marketing ou parfois des trois, il est souvent client d'équipement et de sav, mais aussi de soutien en réglementation sociale, ou technique, parce que nous sommes plus au fait de cela que le réparateur qui a la tête dans le guidon.

Le CTA ou une forme équivalente est-il un passage obligé pour un distributeur?

Je ne dis pas qu'un distributeur ne peut pas faire sans. Certains privilégient les pièces low-cost et cela a un sens, parce que nous ne pouvons pas ignorer les contraintes de budget de clients finaux, qui imposent des prix serrés voire des remises en état de VO. Ce n'est pas notre positionnement qui est plutôt premium. Cela ne veut pas dire que nous sommes plus chers, parce que nos volumes doivent nous permettre de proposer du premium et aussi des gammes complémentaires, nous allons, aussi, vers ces marchés sans négliger la qualité. Mais le prix n'est pas la seule chose attendue par nos clients, il faut qu'on les accompagne en service, c'est capital aujourd'hui.

Vous avez parlé de gammes complémentaires, qu'est-ce qui entre dans cette appellation?

Notre deuxième gamme est un peu hétéroclite, elle est principalement constituée par nous-mêmes sur d'autres solutions, famille par famille, parfois avec notre équipementier premium, parfois avec un autre fournisseur et puis nous intégrons un certain nombre de produits en MDD, la gamme Isotech d'Autodistribution. Si ce n'est pas compétitif ou pas cohérent dans notre gamme, nous cherchons ailleurs. Mais nous effectuons autour de 72 % d'achats à l'Autodistribution.

La tendance est au vert et à la pièce de réemploi voire de remanufacturing, qu'en pensez-vous? La construction d'une gamme de pièces de réemploi est quasiment

impossible ou plutôt elle est vouée à être incomplète. C'est la principale difficulté de ce type de pièces car le marché existe, du point de vue environnemental, cela a du sens, d'autant que nous avons aujourd'hui des entreprises de déconstruction dont les process sont proches de l'industrie. Le seul problème, c'est la gamme incomplète par nature, qui empêche la création de plates-formes de gestion de sinistres ou des réseaux.

Propos recueillis par Hervé Daigueperce

***Groupe Dubreuil**
 2900 collaborateurs
 70 établissements
 1,2 milliard d'euros de CA
 7 métiers (dont le transport aérien, l'automobile, les produits pétroliers, la distribution de matériels de BTP, les énergies nouvelles, etc.)

"Un atelier peut être ouvert à l'entretien et à la réparation, un CTA, c'est un service ouvert aux professionnels"



• EN BREF



Charal

Doubler les ventes en dix ans

La marque de viande bovine Charal, qui appartient au groupe finistérien Bigard-Socopa, s'est fixé pour objectif de doubler ses ventes d'ici à 2020. Après une chute de 12% en 2009, le CA est reparti à la hausse en 2010 (+8%) pour atteindre 930 M€. Ce chiffre d'affaires recouvre à 40% la vente des produits vendus sous cette marque. Pour la rentrée 2011, Charal, qui possède une usine à Cholet, a décidé d'investir les magasins de proximité en ville, mais aussi les stations-service, les parcs de loisirs et les gares via les pièces, le haché (par boîtes), le hamburger et les plats cuisinés.

Le Journal des Entreprises – Juillet 2011





Famille Mary : un spa dédié au miel

Famille Mary, spécialiste du miel, a ouvert le 1^{er} mars son spa baptisé « l'Alvéole du Bien-être » entre rivière et nature, au moulin de Beau Rivage à Saint André-de-la-Marche, siège de l'entreprise.

L'institut propose dans cet espace luxueux des soins visage et corps à base de miel. Les protocoles de soins utilisent les cosmétiques de la gamme Famille Mary à base de miel et de gelée royale bio. « Parce que les bienfaits du miel et des produits de la ruche vont bien au-delà de leurs propriétés nutritionnelles, nous souhaitons mettre en avant avec ce spa notre gamme cosmétique bio, élaborée par des laboratoires régionaux. L'espace détente Famille Mary offre tous les équi-



pements propices à la relaxation : hammam, sauna, douche sensorielle, hydro-massage... Les soins sont effectués par une esthéticienne professionnelle. Un accès à la tisanderie est offert après chaque prestation pour prolonger ce moment de détente dans un cadre reposant et authentique ». Un concept que l'entreprise n'exclut pas de développer sur d'autres sites dans les prochaines années.

www.spamiel.fr

Anjou Eco – Juin 2011





Développement durable : Fleur des Mauges récompensée pour sa démarche

Fleur des Mauges (vente à domicile de produits écologiques et biologiques, Somloire) a reçu le prix « coup de cœur du jury » dans le cadre des Trophées régionaux du développement durable Pays de La Loire.



Il récompense une démarche cohérente et globale, initiée depuis la création de l'entreprise en 1985, et qui n'a cessé de s'enrichir. L'usine de fabrication est conforme à des normes de Haute Qualité Environnementale et l'entreprise fait partie du groupe fondateur de la charte Cosmebio. « En décembre 2009, un pacte d'engagement "développement durable" a été scellé par l'ensemble des salariés. L'objectif : construire, à partir des idées de chacun, une politique de développement éco-responsable, basée sur la solidarité, la

responsabilité et l'innovation », précise Samuel Gabory, son dirigeant. Un an après, le jury des Trophées régionaux a salué les actions sociales et sociétales mises en place avec notamment le plan de formation et d'évolution des 180 conseillères de vente à domicile ; le développement de partenariats locaux et les actions environnementales de l'entreprise : choix des matières premières et achats responsables, réduction des déchets... Ces initiatives ont par exemple permis d'économiser 600 kg de papier grâce à l'informatisation, 30% d'eau grâce à sa réutilisation pour refroidir des cuves de production, de réduire par 6 les volumes de carton. 75 candidatures avaient été enregistrées pour ce prix.

www.fleurdesmauges.fr

75
candidatures ont été enregistrées
pour le prix « coup de cœur du jury »