

AIX-EN-PROVENCE

Cap sur "la boussole des jeunes" P.6

ASSISES

L'accusé nie avoir prémédité la mort de son ami P.8

La Provence

N° 9308

Aix - Pays d'Aix

Jeudi 8 décembre 2022



FOOTBALL MONDIAL
Plongée dans le Qatar, loin des stades P.32-33



+ LIGUE 1
Dans les coulisses du stage de l'OM à Marbella P.34

AIX-EN-PROVENCE
Le conseil municipal reporté à mardi P.6

MARSEILLE
Faites vos courses au MIN des Arnaux P.14

CE SOIR SUR FRANCE 3
Un doc inédit sur Paul Ricard P.46

TENNIS
Tsonga: "Des images resteront gravées à jamais" P.35



26^e trophées de l'économie de "La Provence" Nos managers ont du talent

Ils prennent des risques. Ils innovoent. Ils créent de l'emploi. "La Provence" a décerné hier, au palais de la Bourse, à Marseille, ses 26^e trophées de l'économie. L'association "La petite Lili" remporte le prix spécial de la rédaction. / PHOTO VALÉRIE VREL 4 pages spéciales, 2 à 5



NOS BONS PLANS DU WEEK-END À AIX
Une fête de l'olive bien huilée P.10



BIODIVERSITÉ EN PROVENCE
Laissons-leur un peu d'air! P.14



Trophées de l'économie **La Provence**

Nos talents du territoire, la preuve par huit

La 26^e édition qui s'est tenue hier soir au palais de la Bourse Marseille a distingué trois managers. Trois trophées (emploi, innovation et développement), un prix spécial de la rédaction et un coup de cœur, ont aussi été décernés

Quel trait commun peut-il y avoir entre Laurent Laïk, à la tête du groupe aubagnais La Varappe; Samson Margot qui dans le sillage de son père gère la Savonnerie de Haute-Provence; ou encore Arthur Durand, étonnant utilisateur de balles de tennis usagées à la tête de la société vaclusienne Spectat pour en faire des planchers? Un trophée de manager pour chacun, certes, mais aussi et surtout une farouche passion d'entreprendre. Un lien qui se retrouve également chez les autres lauréats que sont les entreprises Marcel & fils (trophée du développement), Enogia (trophée de l'innovation), les associations Elan Jouques (trophée Emploi) et La Petite Lili (prix spécial de la rédaction), ou encore Les Artisans du bois (trophée coup de cœur).

Huit talents de notre territoire, tous salués dans leur diversité et pour leurs résultats par le jury composé des partenaires de *La Provence*. Hier soir, devant près de 350 personnes réunies dans le grand hall du palais de la Bourse à Marseille, en présence de Rodolphe Saadé, président directeur général du groupe CMA CGM et actionnaire unique de *La Provence*, ils ont été distingués, l'un après l'autre.

Avant de monter sur scène pour récupérer leur prix, ils ont été accueillis par Jean-Luc Chauvin, président de la Chambre de commerce et d'industrie Aix Marseille Provence (CCIAMP) et Jean-Emmanuel Sauvée, ex-dirigeant de la compagnie Ponant et actuel président du conseil d'administration du groupe *La Provence*. Le premier, a saisi l'opportunité d'envoyer un message à l'écosystème:

"La Provence est un maillon essentiel du tissu économique. (...) Ce soir, nous mettons à l'honneur des chefs d'entreprise qui créent et innovent avec passion. (...) Je revendique pour notre territoire un droit à l'expérimentation. Convertissons notre territoire en un laboratoire à ciel ouvert de l'économie du futur", a argumenté Jean-Luc Chauvin.

Plus attendue sans doute - car symbolique d'une nouvelle ère pour *La Provence* - la prise de parole de Jean-Emmanuel Sauvée est revenue sur les fondements de la ville de Marseille pour éclairer son environnement d'aujourd'hui. "On

peut facilement imaginer que Protis avait apporté dans son paquetage de marin, l'un des premiers traités d'économie (...). De nos jours, l'économie est toujours au cœur de notre quotidien, ce lien social nous façonne dans nos activités. Derrière ce mot économie, il y a des entrepreneurs, des grands groupes, des PME. Ils partagent un idéal commun. (...) Au-delà des performances économiques, les relations humaines nous donnent le plus de satisfaction. Vendeurs, journalistes, rotativistes, ce lien sociétal nous nourrit. (...) Je suis convaincue que les transformations profondes nécessaires à la planète passeront par l'économie, l'entreprise." Et d'enchaîner sur l'annonce d'"un geste fort": "le passage de l'impression du journal (*La Provence*, NDLR) à l'encre végétale, avec deux ans d'avance sur la réglementation, et une première française".

"Un geste fort : le passage de l'impression de "La Provence" à l'encre végétale."

JEAN-EMMANUEL SAUVÉE

Mais revenons à la scène. Dans un esprit de transmission, quatre anciennes lauréates des trophées de l'économie *La Provence* avaient fait le déplacement: Corinne Versini (lauréate 2012,

Genesink), Régine Veimar (lauréate 2015, à l'époque pour Hom), Emmanuelle Champeau (lauréate 2018, à l'époque pour Totem mobi) et enfin Nathalie Hagege (lauréate 2019, Pro-nem). Elles ont remis le prix de l'emploi et celui du développement.

Cette édition 2022 était aussi une tribune, dont certains ont profité. Lauréat des Bouches-du-Rhône du prix de manager de l'année, Laurent Laïk a ainsi délivré un vibrant plaidoyer pour l'inclusion. D'autres ont mis en avant l'engagement écologique, la force de l'artisanat, la puissance de la filiation. Autant d'atouts qui font la richesse de notre territoire, des Bouches-du-Rhône au Vaucluse, en passant par les Alpes-de-Haute-Provence. "La Provence, ce n'est pas que les Bouches-du-Rhône", a tout à propos rappelé Thomas Hirsch, directeur départemental du Vaucluse de notre titre sur scène au moment de récompenser le lauréat de son département.

Hier soir, sans distinction géographique, c'est toute une économie régionale qui était mise à l'honneur. Le 26^e cru a rempli toutes ses promesses.

Jean-Luc Crozel, avec M.DG.



La soirée s'est déroulée dans le prestigieux cadre du Palais de la Bourse à Marseille, siège de la Chambre de commerce et d'industrie métropolitaine. Plus de 350 invités avaient répondu à l'invitation du groupe "La Provence".



MANAGER BOUCHES-DU-RHÔNE

Laurent Laïk, chantre de l'inclusion en entreprise

Laurent Laïk aurait pu faire carrière dans la production industrielle de cuisines, son premier métier une fois son diplôme d'ingénieur en poche. "À l'époque, j'étais en Alsace et mon travail consistait à industrialiser une chaîne de fabrication. J'ai très vite eu envie de tourner la page et de changer d'activité, de faire des choses plus collectives. Je pensais à créer une entreprise, mais je ne savais pas dans quoi. Et puis surtout j'avais envie de venir dans le Sud. Je suis né à Marseille, cela se comprend..."

L'occasion viendra d'une offre d'emploi lue dans un journal. Elle parlait d'une association qui faisait de l'insertion et cherchait un directeur, La Varappe. C'était en 1997 et Laurent Laïk découvre le terme. "Je ne savais pas ce que cela voulait dire. Mais j'ai très vite compris qu'il était question d'employabilité et donc de personnes inemployables. Un drôle de truc, un problème en tout cas. Et résoudre les problèmes, j'aime bien, ça donne du sens."

Le fait est qu'à cet instant, Laurent Laïk arrête sa décision "de mettre en musique l'insertion, puis l'inclusion comme un ingénieur". C'est-à-dire? "On prend tous les paramètres et on analyse pour bien comprendre ce qui se passe pour un individu. Ensuite on aborde la question d'un transfert de savoir-faire et on met en réseau pour placer. L'étape suivante est l'organisation de prestations de service qu'il faut être capable de commercialiser. Si je dis cela, c'est parce que j'ai très vite considéré que l'inclusion est une question d'entreprise et qu'il n'existe qu'un monde économique. Je nie l'existence d'un monde spécial où il n'y aurait que des derniers de la classe. Moi je suis pour faire tomber les étiquettes."

Et voici Laurent Laïk, fils de deux professeurs d'éducation physique, qui, devenu directeur de La Varappe, se met à parler "de performance sociale" à celui qui était alors le maire d'Aubagne, Jean Tardito. "Je lui ai dit que je voulais que l'association devienne une entreprise et j'y suis parvenu." L'association d'origine, porteuse des valeurs d'inclusion avant l'heure, n'a pas périçité: au fur et à mesure du développement du groupe, elle s'est inscrite au capital, avec les salariés et aux côtés de partenaires financiers durables. Ainsi s'est forgée La Varappe qui, en septembre dernier, a fêté ses 30 ans à l'Orange Vélodrome de Marseille. Laurent Laïk, pragmatique, en a fait une "machine" à inclusion organisée autour de quatre pôles: l'environnement avec la gestion d'une trentaine de déchetteries sous la marque LVD; l'écoconstruction avec Home Blok qui transforme des conteneurs en habitat; les res-



Laurent Laïk reçoit son trophée des mains du maire de Marseille, Benoît Payan.

sources humaines et les compétences avec Eurêka, un réseau d'agences d'intérim élargi; puis le médical avec Intérimaire santé.

Quatre domaines où la méthode est invariable: écouter, comprendre, former, mettre avec ceux qui savent pour partager. "À La Varappe, tout est mélangé. Il faut rendre vivant et dans l'air du temps. Il faut donner du sens à ce qui doit être fait. En faisant cela, vous redonnez confiance." Puis de poursuivre: "Pour moi, l'inclusion est la norme sociale et est au cœur de la modernité. Elle est l'une des clés de la performance tout court. C'est pourquoi La Varappe de demain doit être le futur de l'inclusion." Comment? "En pollinisant d'autres entreprises via des partenariats et des structures partagées." C'est déjà le cas avec Onet, Schneider et d'autres.

Jean-Luc CROZEL

Les huit lauréats de l'édition 2022 des Trophées de l'économie de "La Provence".

/REPORTAGE PHOTO VALÉRIE VREL ET FRANCK PENNANT



MANAGER ALPES-DE-HAUTE-PROVENCE

Samson Margot et la force du groupe

"Je fonctionne beaucoup par groupe de travail." Exit le fonctionnement en silo, Samson Margot privilégie le collectif. Quatre ans après son arrivée à la Savonnerie de Haute-Provence, à Villeneuve, il est le directeur général de l'entreprise fondée par son père Daniel en 2003. Une entreprise de fabrication de savons et de cosmétiques solides, à façon, pour des grandes marques - L'Oréal, L'Occitane, par exemple. Elle qui affiche désormais un chiffre d'affaires de 16 millions d'euros contre 10 millions en 2020.

"Je suis entré en tant que commercial dans un poste opérationnel, mais qui est aussi transverse. Il m'a permis d'aller dans le détail de l'entreprise. Dans mes premiers managements, j'étais dans l'accompagnement par le moyen pour l'atteinte d'un résultat. Maintenant, l'entreprise a grandi, je suis plutôt dans une logique de demander du résultat, de moins m'intéresser aux moyens, ce qui m'intéresse, c'est qu'on arrive à bon port. Je n'accompagne par le moyen que lorsque je sens qu'il y a une différence ou quand on me le demande", détaille Samson qui partagera avec son père, président, la stratégie les deux prochaines années. "Au conseil de direction, j'ai essayé de positionner autour de moi des personnes qui me ressemblaient et qui managèrent plus en mode projet - ce qui était un gros enjeu pour moi qui n'ai pas toutes les compétences de mon père qui est un homme d'usine. Mes forces: le pilotage d'activité, le business, le développement de l'innovation. Je travaille avec des personnes qui ont un autre domaine d'expertise, notamment sur le volet opération, production,

supply chain, qualité", confie celui qui vient de fêter ses 30 ans. Sa vision de l'entreprise est de "proposer des cosmétiques sains et environnementalement responsables avec le plus faible impact environnemental possible, zéro plastique avec des cosmétiques solides, des formules avec un sourcing le plus local et le plus biodégradables possibles. Ma vision de manager: faire en sorte que chacun soit acteur de ses sujets, se sente complètement responsable et rame dans le même sens que le projet d'entreprise". Le résultat est là: en deux ans, la société est passée de 90 à 130 personnes - 36 personnes ont été embauchées en 2022. Le savonnier a élargi sa production à la cosmétique solide. "Notre slogan French soap expert est devenu Solid cosmetics. Le savon en fait partie mais on ne se met pas de limite sur le produit. On a sorti nos premiers déodorants et premiers démaquillants solides. Toute la cosmétique peut être rendue solide. On ne se limite pas au procédé d'extrusion qu'on avait historiquement, on investit vers d'autres projets pour aller vers de l'anhydre."

Pas de rupture avec son père, juste une autre proposition de valeurs. Une nouvelle organisation, en évolution, a été installée: "L'existence du comité de direction a été réaffirmée. J'ai partagé beaucoup plus les responsabilités. Il y a cinq directeurs de services avec des adjoints qui peuvent prendre le relais. Je veux des personnes plus expertes que moi en poste - sauf au poste de directeur général que j'occupe." Afin de maintenir une dynamique d'envie collective et individuelle, l'entreprise décline une stratégie en trois blocs: opérations,



Tout juste trentenaire, Samson Margot est élu manager de l'année des Alpes-de-Haute-Provence.

innovation et RSE. Gestion des déchets, bien-être au travail, rémunération, économies d'énergie sont au programme. D'ici deux ans, une savonnerie structure d'insertion est prévue: "Ça, c'est notre rôle de RSE territoriale."

Emmanuelle FABRE



Arthur Durand, fils du fondateur de Spectat, est venu récupérer le trophée de manager de l'année du Vaucluse.

La société Spectat, installée à Courthézon (Vaucluse), poursuit actuellement sa belle ascension sur un créneau très porteur. L'aventure démarre en 2002, quand le père d'Arthur Durand (photo ci-dessus), l'actuel gérant, se creuse les méninges et parvient à

MANAGER VAUCLUSE

Spectat, la balle jaune au service du spectacle

mettre au point des planchers amortis grâce à des demi-balles de tennis. Un concept qu'il affinera au fil des années, avant de pouvoir breveter des prototypes.

"Le but, c'était de trouver des compromis entre souplesse et amortissement", indique le patron. Vingt ans plus tard, le bilan est flatteur pour cette entreprise française, la seule spécialisée dans cette activité. "On a posé plus de 40000 m² de plancher, se réjouit Arthur Durand. Imaginez le nombre de salles de danse que compte la France! La demande est très forte!" Plusieurs acteurs culturels font appel à cette entreprise, dont un centre de danse londonien qui a investi dans un équipement de quelque 2000 m². Mais ce n'est pas tout. Le marché se développe ainsi partout dans l'Hexagone.

Spectat vient de franchir un nouveau cap dernièrement. "Nous sommes ravis, nous allons prochainement poser le premier sol amorti dans une grande salle de spectacle à Bordeaux, le Glob Théâtre. Nous sommes passés de la recherche-développement à la production en série", se réjouit le responsable.

En août dernier, des danseurs du ballet de l'Opéra Grand Avignon étaient ainsi venus tester des planchers équipés de balles usagées afin de livrer leur expertise sur cette solution. Celle-ci fit l'unanimité auprès de ces experts et "c'est une évolution assez excitante pour nous", souligne Arthur Durand. "C'est un réel gain en confort de travail. Cette structure est très importante dans la prévention des

blessures. La réception est beaucoup plus souple. L'impact est moins important pour le muscle", avait expliqué pour sa part Anthony Beignard, évoluant durant vingt-trois ans au ballet de l'Opéra d'Avignon.

Des particuliers aussi se laissent séduire par ces produits, tandis que les deux salariés permanents poursuivent le développement de leur gamme avec, par exemple, la conception d'un plancher démontable et "déménageable", idéal pour les événements en extérieur et pour les tournées des artistes. Des outils plébiscités par les Chorégies d'Orange et les Nuits de Fourvière.

Autre innovation notoire: le parquet de danse, très simple à monter soi-même. "Il y a une évolution assez excitante pour nous. On grandit dans le milieu de la breakdance, une discipline qui gagne en financement", s'enthousiasme Arthur Durand.

À noter enfin, la fibre écologique de ces acteurs économiques ingénieux qui ont de fait pour ambition d'utiliser 30 000 balles de tennis recyclées par an, grâce à un partenariat audacieux avec la Fédération française de tennis. Une opportunité intéressante, d'autant plus que la balle jaune n'est pas produite en France et que des difficultés d'approvisionnement se font sentir. Cette collaboration marque une certaine fin de la dépendance aux marchés mondiaux.

Damien FRASSON-BOTTON

Trophées de l'économie La Provence

TROPHÉE EMPLOI

Un Elan pour réduire le chômage de longue durée

À Jouques, l'expérimentation "Territoire zéro chômeur de longue durée" porte ses fruits. Plus de 70 personnes en ont bénéficié

Permettre à des personnes sans emploi depuis plus d'un an, de retrouver un travail et, surtout, leur dignité. Nul doute que l'enjeu soit primordial. Surtout lorsque l'enfermement dans ce que les statisticiens nomment "le chômage de longue durée" se matérialise au lendemain d'un accident de la vie, et que guette ou se concrétise la marginalisation. C'est cet engrenage, inédit par l'association ATD Quart-Monde dont la mission première est de contribuer à éradiquer la misère, qui a conduit avec d'autres partenaires tel que le Secours catholique, Emmaüs ou encore le Pacte civique, à la proposition d'une expérimentation concrétisée en février 2016 par un texte de loi donnant naissance aux "Territoires zéro chômeur de longue durée".

Porté par le député PS de Côte-d'Or et entrepreneur Laurent Granguillaume, l'initiative, inédite, a fait émerger dix expérimentations. Dont celle de Jouques, dans le pays d'Aix. Une commune de 4500 habitants au cœur de la vallée du Real, enclavée et à l'époque mal desservie par les transports en commun. Éloignée des moteurs économiques de la métropole Aix-Marseille-Provence, le taux de chômage y était évalué par l'Insee à plus de 10%. Mais, surtout, et le chiffre explique le choix, 49% des personnes sans emploi remplissaient les critères du chômage longue durée. Une réalité d'autant plus cruelle que l'enclavement de la commune rend indispensable de disposer d'un moyen de transport.

C'est ce constat fait sur un territoire très circonscrit et remplissant les critères d'éligibilité posés par la loi, qui a donc été à l'origine de la création d'un "Établissement à but d'emploi" (EBE). Appuyé sur l'association Elan (Entreprise locale d'activités nouvelles) Jouques, il a pour rôle de permettre à des personnes vivant sur le territoire communal depuis au moins six mois et au chômage, de retrouver un travail en devenant un de ses salariés.

Pour cela, Elan s'appuie sur des domaines et des besoins identifiés



Ludwig Rouault, directeur général de l'établissement à but d'emploi (Elan) a reçu un trophée pour saluer ses capacités de réinsertion.

par la commune et des acteurs de l'emploi, mais inexistant sur le territoire parce que le secteur privé ne s'en est pas saisi. Tourisme local, recyclerie, atelier bois avec la création d'une boutique, puis le multiservices dont une laverie avec des prestations de repassage. Vient de s'y ajouter "Jouk Jouk", un service vélotaxi et de livraison pour habitants ou touristes. En échange de leur travail, les 51 salariés de l'EBE Elan perçoivent un salaire au niveau du Smic.

L'activité le permet-elle? "Mais oui", répond sans hésiter Ludwig Rouault, le directeur de l'EBE. "L'an passé, nous avons réalisé un chiffre d'affaires de 260 000 euros en progression de 40% et cette année, il sera en croissance de 20%. Cela montre bien l'utilité de ce qui a été constitué et atteste d'un développement. Mais nos ressources viennent aussi de ce qui est au cœur de l'EBE: un financement à hauteur de 102% du Smic hors charges versées par le fonds d'État qui finance l'Association nationale des territoires zéro chômeur de longue durée. Il récupère pour partie les aides et allocations qui seraient versées aux personnes s'il n'y avait pas l'EBE. S'y ajoutent également une part de 15% versée par le département des Bouches-du-Rhône et des ressources issues d'entreprises partenaires."

Jean-Luc CROZEL

TROPHÉE DÉVELOPPEMENT

Marcel & fils, le bio dans tous les étals

L'entreprise de Venelles, avec ses magasins, est devenue un acteur majeur du secteur. Elle entend grandir encore

"Mon ambition a toujours été de réunir des produits sains et bio, le goût, le plaisir, le bien-manger et le bien-vivre. C'est mon cheval de bataille, ma raison d'entreprendre et en faisant cela, Marcel & Fils cible l'épicurien." Emmanuel Dufour, dans une première vie à la tête d'une société de conseil et de développement à l'exportation, a donc cédé à sa passion en novembre 2008 en décidant de changer de cap. "J'étais consommateur de produits bio dans un marché naissant qui avait tout d'une niche, j'ai voulu me faire plaisir. Pour cela j'ai racheté un magasin à Venelles et c'est ainsi que l'aventure a débuté."

Quatorze ans plus tard, Marcel & Fils, qui doit sa dénomination au prénom du père d'Emmanuel Dufour, est devenu un réseau de 46 magasins qui proposent à leur clientèle des produits frais et locaux, autant que possible de saison, ainsi que de l'épicerie, des compléments alimentaires, des cosmétiques et des produits d'entretien. Le trait commun entre les composants de cette gamme, qui peut atteindre jusqu'à 10 000 références, étant une appartenance à la famille du bio, garantie par un label. Du fait de sa fondation dans

le pays d'Aix, l'entreprise familiale est implantée en périphérie des villes des trois régions du grand quart Sud-Est: Provence-Alpes-Côte d'Azur, Occitanie et, plus récemment, Auvergne-Rhône-Alpes depuis la reprise de trois magasins. Une opération de croissance externe qui signale que le réseau, qui peut compter sur l'appui des partenaires financiers inscrits à son capital (il s'agit notamment de Sofipaca, la filiale du Crédit agricole Alpes-Provence et du fonds Weinberg capital partners), n'entend pas stagner. "Nous avons en effet une stratégie de développement affirmée et de nouvelles opérations de croissance externe en préparation. S'ajouteront à cela des ouvertures en propre, explique Emmanuel Dufour. Notre ambition est d'atteindre le seuil d'une centaine de magasins à l'horizon 2025 avec un chiffre d'affaires qui devrait être compris entre 200 et 250 millions d'euros. Contre 100 millions au terme de 2021. L'objectif premier étant de conforter nos positions dans les trois régions où Marcel & Fils est présent."

Bref, Emmanuel Dufour, qui a fait de sa passion le moteur de son entreprise, met les bouchées doubles. Sans perdre de vue que le circuit court est aussi gage de qualité et de rentabilité. À l'exception des produits exotiques certifiés bio ou de ceux non cultivés sur un territoire donné - ils sont alors fournis par des intermédiaires spécialisés du type Pronatura - "tous les autres, frais ou transformés, nous sont livrés par des partenaires dans le cadre d'un cahier des charges. Pour les produits frais, chaque magasin peut passer commande dans un rayon de 100 km". Il suffit pour cela que la production soit certifiée bio, que la capacité de production soit assurée et que le prix soit acceptable. "Car c'est l'autre spécificité de Marcel & Fils que de garantir une accessibilité à des produits de qualité", martèle Emmanuel Dufour. Dont l'entreprise de 46 magasins devrait réaliser cette année un chiffre d'affaires bien au-delà des 130 millions d'euros.

J.-L.C.

Emmanuel Dufour a reçu son prix des mains de Régine Weimar et Emmanuelle Champeau, deux anciennes lauréates des Trophées de "La Provence".



PRIX SPÉCIAL DE LA RÉDACTION

La recette gagnante de la Petite Lili pour l'insertion par, pour et autour d'une belle l'assiette

Lili, c'était Liliane Deniau, la mère du chef marseillais Sébastien Richard. À l'heure de créer son projet d'insertion et d'inclusion par la gastronomie, ce prénom s'est imposé naturellement à l'en croire. L'association La Petite Lili (plus de 250 membres et des soutiens connus dans la place comme les chefs Nadia Sammut, Gérard Passadat ou Alexandre Mazza, l'architecte Rudy Ricciotti...) était née. Son vaisseau amiral, le restaurant solidaire Le République, place Sadi-Carnot à Marseille (2^e arr.) ouvrait ses portes un peu plus tard, en janvier 2022, dans l'ancien Café parisien.

Restaurant solidaire est une définition pratique. Elle est aussi réductrice au regard de la complexité et de l'ampleur du projet du Rép'. Ses concepteurs préfèrent d'ailleurs les termes de "restaurant pour tous". Car ici, on n'est pas dans une classique soupe populaire mais bien au resto, semi-gastro de surcroît. Mais quand une partie de la clientèle paye une ardoise normale, une autre, adressée par les associations caritatives partenaires de La Petite Lili, n'est facturée que 1€ pour l'exact même repas. Les additions des clients à taux plein participant à financer les assiettes solidaires.

"L'ambition, c'est que la clientèle envoyée par les associations, comme la clientèle classique, profite d'un vrai moment au restaurant et soit traitée sur un pied d'égalité", expliquait Sébastien Richard lors du lancement de la formule.

En salle, les tables ne sont, évidemment, pas distinguées

les unes des autres et chacun profite tranquillement de la belle cuisine bistro du République.

Mais le concept va en fait plus loin puisqu'une partie du personnel, en cuisine comme au service, est issue de l'insertion par l'emploi et vient là apprendre en situation son futur métier.

Jamais en manque d'un nouveau projet, Sébastien Richard et son association sont déjà en train de faire évoluer le lieu. La salle du haut restera un semi-gastro, celle du bas passe en version tapas et assiettes à partager, formule on ne peut plus en vogue. Le République a également ressuscité le boulevard en sous-sol qui faisait la réputation du Café parisien de la grande époque. Avant, mais ça n'est encore qu'une idée, d'y adjoindre peut-être une partie inclusive mêlant clientèle et personnel handicapés et personnes valides.

"Il y a une énorme émulation gastronomique dans Marseille aujourd'hui, nous confie le mois dernier le chef Sébastien Richard en évoquant l'arrivée à un rythme de plus en plus soutenu d'équipes venues de Paris voire d'un peu partout dans le monde. J'y vois une concurrence positive et la preuve de l'attractivité de la ville. À nous, les locaux, de montrer qu'on a notre place dans ces nouveaux équilibres."

Le restaurant pour tous de la place Sadi-Carnot y a, en tout cas, déjà fait son trou.

Guénaël LEMOUÉE

Le prix spécial, décerné à l'association La Petite Lili (restaurant Le République) a été remis par la rédaction de "La Provence".





Parmi les personnalités politiques présentes, le maire Benoît Payan, et le président de Région Renaud Muselier.



TROPHÉE INNOVATION

Enogia met le turbo pour ses micromachines

La start-up marseillaise, actrice de la transition énergétique, convertit la chaleur en électricité et accompagne l'envol de l'hydrogène

Tout a débuté en 2009 à Montpellier, lorsque trois ingénieurs camarades de promotion de l'Ensam - Arthur Leroux, Antonin Pauchet et Nicolas Goubet - partageaient ce sentiment d'avoir fait, dans leur emploi respectif, le tour de leur métier. "D'où cette idée de créer une société. Et on l'a fait avant même de savoir ce sur quoi on allait travailler", avouait, quelques années plus tard, Arthur Leroux, alors à la tête d'Enogia. Une jeune pousse spécialisée dans la construction de microturbines installée à Marseille, la ville d'Arthur Leroux.

Pourquoi ce domaine ? "Parce qu'une étude de marché a montré que le secteur avait un bel avenir. Mais nous avons surtout remarqué qu'il n'existait rien dans le domaine des petites turbines capables de produire de 5 à 100 kilowatts d'électricité à partir de la récupération d'une chaleur généralement perdue. D'où notre spécialité." Et voici la jeune équipe qui se lance dans le développement de plusieurs prototypes en misant sur l'intégration. Ainsi est née la microturbine compacte qui fonctionne telle une centrale électrique miniature, cela grâce à des roulements qui opèrent à très haute vitesse sans la moindre goutte d'huile. Elle permet d'économiser de 5 à 10 % d'énergie en récupérant la chaleur basse température de fluides, par exemple des gaz d'échappement.

La technologie séduira tout d'abord l'IFP Énergies nouvelles (Ifpen), puis intégrera un programme européen. Amenant Enogia à tester sa machine sur un navire de pêche italien. Une première consécration de nature à ouvrir les portes d'un marché international. Le tournant viendra à l'été 2021 lorsque Arthur Leroux et Antonin Pauchet feront sonner la cloche du rituel de l'entrée en bourse. Ce jour-là, les microturbines, devenues des microturbo-machines au terme de près de 6 millions d'euros investis dans de la recherche et développement sanctionnés par le dépôt de neuf familles de brevets, obtiennent la reconnais-



Arthur Leroux, le PDG et cofondateur, a récupéré le trophée au nom d'Enogia, pour son engagement écologique et sa capacité d'innovation.

sance financière des marchés. Avec d'autant plus d'intérêt que le marché de la pile à combustible étant appelé à prendre son envol, les machines et la technologie différenciante d'Enogia apparaissent dimensionnées pour l'accompagner. Labellisée entreprise innovante par la banque publique Bpifrance, Enogia dans la peau d'une "cleantech" cotée entend donc surfer sur l'opportunité.

Fin décembre, Enogia est désignée pilote du projet QualifHY aux côtés de trois autres acteurs provençaux que sont Helion hydrogen power (groupe Alstom), Hysilabs et le laboratoire de recherche Lipen des Arts et Métiers d'Aix-en-Provence. D'une durée de trente mois, le projet vise à développer une plateforme mutualisée de test, qualification et caractérisation de composants, systèmes et procédés industriels hydrogène pour piles à combustible.

Plus récemment, Enogia, devenu partenaire du fonds Ademe investissement en donnant naissance à Enogia assets industry, a intensifié son essor à l'international en misant sur l'économie d'usage. Une stratégie judicieuse qui vient de déboucher sur un premier gros contrat pour équiper un site de méthanisation en Allemagne. D'autres sont en ligne de mire.

J.-L.C.

Jean-François Ple a donné une nouvelle dimension à la menuiserie de Forcalquier, qu'il a reprise en 2013.



TROPHÉE COUP DE CŒUR

Le savoir-faire authentique des Artisans du bois

Originaire de Forcalquier, le fabricant est spécialisé en agencement modulaire de magasins et présentoirs, uniquement en bois massif

"Notre métier a changé." En 2013, Jean-François Plé, issu de l'industrie papetière Bolloré, reprend les Artisans du bois, une menuiserie de Forcalquier spécialisée en présentoirs de publicité sur le lieu de vente et casiers à vin, en bois massif, créée en 1983. "En 2016, on a investi le marché de l'agencement des magasins, notamment ceux des magasins bio. Aujourd'hui, on a abandonné le coffret, on est référencé Biocoop depuis 2017 - ça a été un moment clé. On a grandi dans ce réseau-là et développé notre savoir-faire. Au début, nous faisons les fruits et légumes, l'épicerie... Maintenant, le vrac, la cosmétique également. Nos produits doivent aussi répondre à une ergonomie, une cohérence esthétique pour donner une image. Nous travaillons également avec des caves, des épiceries fines." Si le cœur de l'activité concerne le mobilier, les autres éléments d'habillage des commerces sont aussi réalisés tels les descentes de toit, des sorties de caisses... Pour ce faire, l'entreprise a recruté, passant de 15 à 25 salariés, dont trois personnes

au bureau d'études et se dotant d'un designer. Car le produit est conçu ici du début à la fin. Le chiffre d'affaires a doublé, atteignant 4 millions d'euros.

La signature des Artisans du bois ? "Nous n'utilisons que du mobilier en bois naturel massif, pour des meubles modulaires, livrés montés et qui peuvent évoluer. Là où nos concurrents arrivent avec des pièces à assembler, nous, nous n'avons qu'à les positionner et les fixer ensemble. C'est un agencement pensé modulaire. Chaque module est un meuble en soi." Exit la gondole basique. "Le meuble est un levier pour la vente. Ainsi, on a décentré le vrac qui était en général au fond du magasin et on l'a mis en îlot."

Le bois est européen : majoritairement du pin des Landes, du pin sylvestre d'Europe de l'Est ou de l'épicéa d'Autriche. "Nous achetons en direct pour maîtriser la qualité de la matière." Une proximité qui a permis une réactivité maximale quand leur stockage de 300 m³ de bois a pris feu dans l'incendie d'une entreprise voisine. "Le lendemain, on recevait du bois ; il n'y a pas eu de rupture."

Désormais, l'entreprise veut s'ouvrir à la distribution et aux commerces indépendants. "On veut continuer à être innovants et créateurs dans l'espace magasin. On va développer une nouvelle gamme de bureaux, en business to business. C'est une démarche de niche pour l'instant qu'on veut déployer à l'échelle régionale. On veut faire nos armes et être dans une démarche de proximité avec le client." L'entreprise continue à se transformer : l'achat de nouvelles machines pour plus d'efficacité et de maîtrise technique, l'évolution de système d'information figurent au programme, comme l'extension de 700 m² des locaux de fabrication. En 2024, les locaux atteindront donc 2800 m² de surface. Des embauches sont prévues : "Nous allons continuer à étoffer le bureau d'études, c'est l'élément clé, et développer la conduite des machines numérisées. On allie cette partie numérique à la partie traditionnelle du montage."

Emmanuelle FABRE