



Ces entreprises qui ne s'en laissent pas confiner

FACE AU RECONFINEMENT, LES ENTREPRISES FONT PREUVE D'ÉNERGIE ET D'INNOVATION. EN VOICI QUELQUES EXEMPLES.

Par **Éric Renevier**

Le reconfinement entamé le 29 octobre est un nouveau coup de massue pour l'économie, frappant des entreprises et des indépendants déjà affaiblis par les deux mois d'enfermement de mars-avril et leurs conséquences directes et indirectes. Les plus chanceux, à savoir les activités essentielles (commerces alimentaires, services de soin...) et les activités non essentielles mais ne recevant pas de public (ateliers, usines, bureaux...) peuvent fonctionner quasi normalement, avec plus ou moins de télétravail et de recours à l'activité partielle.

EXERCICE D'ÉQUILIBRISTE

À l'inverse, pour les plus malheureux, soit tous les services qui ne peuvent fonctionner sans lien physique avec les clients (salles de sport et de spectacles, bars, foires, lieux de réunion, coiffeurs, esthéticiennes...), c'est

rideau, sans possibilité de se digitaliser, de se diversifier.

Entre les deux, c'est un exercice d'équilibriste. Les hôtels «*qui le peuvent*», dit le premier ministre, ont le droit de maintenir un service professionnel indispensable, mais pas pour les touristes (confinés...). Quant aux restaurants et aux commerces considérés comme «*non essentiels*», ils doivent fermer boutique, mais sont autorisés à maintenir un guichet pour de la vente à emporter.

Dans ce contexte, chacun tente alors de continuer à avancer, parfois juste de survivre. Pas simple. «*Deux mois de confinement, ça veut dire une saison sérieusement amputée pour les hébergeurs (hôteliers, gîtes, meublés...)*», explique Yannick Zamolo, créateur de La Savonnette (lire p. 9). «*Et donc, un réflexe de report de toutes les commandes non urgentes de six ou huit*

À SUIVRE

Ces entrepreneurs (et entrepreneuses) qui s'adaptent sont les héritiers des paysans montagnards qui ont su délaissé la faux et la traite pour le piolet du guide et le ski du moniteur. De ces prestataires de l'horlogerie devenus des leaders de la sous-traitance automobile. Des Sopra ou des Somfy, qui ont su se saisir d'un bouleversement de marché. Vous connaissez les succès-stories de demain ? N'hésitez pas à nous les signaler : redaction-smb@groupe-ecomedia.com.

mois, en attendant de voir comment va se passer la saison post-déconfinement. Pour un nouveau venu sur le marché, c'est donc encore plus dur de tenir et de se faire sa place.»

«*À notre niveau, la mise en vitrine, c'est trois semaines avant la vente*», complète Sébastien Lesage, pâtissier à Annemasse (grande photo). «*Le confinement de mars est arrivé juste avant Pâques. On a alors sauvé les meubles avec la vente sur Internet [ndlr : mais sans livraison postale, inadaptée à ce genre de produits], que nous maintenons aujourd'hui. Mais il ne faudrait pas que le confinement soit prolongé pendant la période des fêtes, ce serait une catastrophe pour les métiers de bouche...»*

La mise en place du cliquer-retirer et/ou de la livraison en lieu et place du magasin physique constitue la réponse la plus courante au confinement. Mais pas la seule : diversification et réactivité opportuniste (les masques, le gel, la désinfection, le "sans contact"...) se multiplient aussi. En voici, pages 7 et 9, quelques exemples, loin d'être exhaustifs. ■

LA JAVA DES FLAÇONS : LE SERVICE JUSQU'À LA LIE



Fermé lors du premier confinement, ouvert au deuxième, la Java des Flaçons qui avait lancé le cliquer-retirer et la livraison à domicile (sans minimum et gratuite sur toute l'agglomération d'Annecy) reprend du service à la demande de ses clients. Pour son propriétaire Bruno Bozer, « l'entraide est essentielle par les temps qui courent ». Alors, pour épauler les petits producteurs avec qui il travaille, il propose vins, alcools et aussi épicerie fine, et des offres avec paiement à distance pour minimiser les contacts. En avril déjà, le caviste d'Annecy-le-Vieux (4 salariés ; 1 M€ de CA) avait effectué 60 livraisons par semaine avec un panier moyen plus élevé (3 à 6 bouteilles par commande).

P.R.

AVEC SON TOUR DE COU, AFFICHES TOI N'EST PLUS PRIS À LA GORGE

Affiches Toi, le fabricant d'objets publicitaires de La Ravoire, a conçu un tour de cou pour répondre à la problématique des masques classiques à porter sur les pistes de ski quand on porte casque et lunettes. Réalisé en polyester, lycra et micropolaire contrecollée, « il est certifié masque barrière de catégorie 2 et donc filtrant à 86 % », précise Pierre-André Perrier, le dirigeant. Une première série de plusieurs milliers de pièces a été fabriquée en Italie début octobre pour fournir les entreprises des sports d'hiver et de l'outdoor, des offices de tourisme, etc. BandO2 (photo p. 6) est commercialisé dans cent magasins de sport dans les Alpes et les Pyrénées et sur le site de sa marque de bonnets ledrapo.com. L'agence savoyarde (10 salariés, 2,5 M€ de CA 2019) espère sauver son exercice en développant ce marché de substitution « quand l'événementiel et les salons, notre business, sont à l'arrêt ».

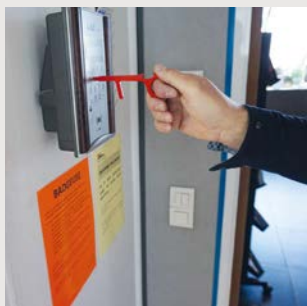
P.R.

PÉPITES S'HABILLE D'UNE NOUVELLE CLIENTÈLE SUR LA TOILE



Lassée de l'administration hospitalière, Gabrielle Destrez a monté, en 2019, son projet de magasin de vêtements et accessoires « éthiques » (conception française, production européenne...). Mais elle n'a trouvé son local, au centre d'Annecy, qu'en février 2020. « Je n'ai pu vraiment ouvrir qu'après le confinement, en intégrant alors la possibilité que cela se reproduise : j'ai donc tout de suite développé un site web marchand. » Gonflé pour des vêtements en séries limitées pour lesquels les client(e)s n'ont pas de repère. Les débuts sont encourageants et, si la boutique est fermée (sauf pour le cliquer-retirer), la néoentrepreneuse ne chôme pas, gérant tout, des approvisionnements aux publications sur les réseaux sociaux, et effectuant même quelques livraisons en fin de journée !

E.R.



LA CLÉ DU SUCCÈS POUR SMC2 ?

Stéphane Collet-Matras, le patron de l'entreprise de serrurerie métallique pour le bâtiment SMC2, n'en revient toujours pas. La « clé Covid » – un stylet en acier thermolaqué de 8 cm – qu'il a créée en plein confinement pour éviter de toucher les serrures et poignées de portes, fait à nouveau un carton. « Il a suffi de trois prototypes et d'une petite vidéo postée sur les réseaux sociaux "pour rire" », se félicite le cofondateur de SMC2 (72 salariés, CA 2019 : 8 M€) à Meythet. Imaginée au départ pour les chantiers du BTP, elle est utilisée désormais par les professionnels et les particuliers de la France entière, ces derniers pesant 60 % des ventes. Lors du premier confinement, 10 000 clés ont été vendues. Et depuis l'annonce du reconfinement, les commandes s'accroissent : 400 à ce jour. La version d'origine a été enrichie d'un décapsuleur « pour son côté ludique » et le serrurier propose de la décliner aux couleurs des entreprises. La Fédération internationale de l'automobile lui en a commandé mille.

P.R.



IBEX INVENTE UN SPRAY ANTI-COVID

Pour faire face à la crise sanitaire, le fabricant chambérien de boissons en pression et mousses d'alcool a mis au point une solution hydroalcoolique pour désinfecter tous types de surfaces. Certifiée par un laboratoire indépendant et testée sur une souche du Coronavirus, « Live Safe est efficace en 30 secondes, sans essuyer et sans laisser de traces », assure Olivier Marmet, le dirigeant d'Ibex et ingénieur de formation. Selon lui, aucun autre produit de la sorte n'existe sur le marché actuellement. Depuis le lancement de la production sur site, fin septembre, près de 13 000 sprays sont vendus ou en prévente, principalement en Aura et bientôt dans tout l'Hexagone. Car si, à ce jour, la distribution est limitée à quelques hypers (Carrefour, Super U, en Isère et en Savoie), le dirigeant mène des négociations avec des centrales d'achat de la grande distribution qui devraient aboutir mi-novembre. La TPE, référencée chez Savoie Hygiène, vise aussi le marché des professionnels. La police nationale de Chambéry, des professionnels de santé et des entreprises ont déjà passé commande. En année 1, Ibex (CA 200 000 €, 3 salariés) vise les 100 000 flacons et prévoit de recruter. De quoi compenser les 25 % de perte de chiffre d'affaires liée à la Covid... soit 12 500 bouteilles de mousses alcoolisées sur les 50 000 produites d'ordinaire par an.

P.R.

BOUJON LIVRE AUSSI LES FROMAGES À DOMICILE



Alors qu'elle fait partie des commerces essentiels autorisés à rester ouverts, la fromagerie Boujon, à Thonon, redéveloppe son offre de livraison à domicile pour apporter un service supplémentaire à ses clients (qui en redemandent) et aussi soutenir les petits producteurs. Depuis la semaine dernière, elle livre tous les jours fromages et produits laitiers, d'Évian à Bons-en-Chablais. « Notre activité se limitant désormais à la vente en magasin, et non plus à la restauration avec la fermeture des établissements, notre livreur fait la tournée des particuliers », explique Frédéric Royer, qui emploie sept salariés et réalise 1,2 M€ de CA. Et l'artisan fromager de déplorer : « Nous n'avons aucune vision de l'avenir, ni même des volumes à commander. Sans compter les productions de nos fournisseurs revues à la baisse. » Déjà, les commandes affluent au téléphone et sur le site marchand.

P.R.

LE CAMION ENCHANTÉ A TROUVÉ SA ROUTE

Quand elle a créé Le Camion enchanté (LCE), en mai 2019, Marjorie Peuvrel (photo p. 6) avait imaginé d'emblée un double positionnement : épicerie locale itinérante (dans le secteur de Cruseilles) et food truck. Pendant le confinement 1, elle a arrêté le food truck, misant alors sur les livraisons de paniers familiaux (fruits et légumes, volaille, charcuterie, œufs, produits laitiers) issus des producteurs – principalement locaux – qui alimentent son épicerie. Le succès a été aussi massif qu'inattendu et elle a donc repris le même chemin avec le confinement 2, en structurant davantage l'activité pour faire face à la demande. Les commandes sont prises le vendredi et les livraisons sont groupées. « Les douze communes où j'officie m'ont donné leur feu vert très rapidement pour organiser un point de livraison », salue-t-elle. Au final, reconnaît l'épicière-cuisinière-livreuse, « le confinement m'a fait connaître et mon activité est en hausse ».

E.R.

TDS, UNE BOUFFÉE D'AIR GRÂCE AU MÉDICAL



TDS, le spécialiste du traitement de surface des métaux, qui était resté ouvert pendant le confinement pour réaliser le dépôt de nickel sur des pièces des respirateurs destinés aux hôpitaux, voit aujourd'hui ses volumes doubler sur ce marché. Par ailleurs, la PME (siège à Belmont-Tramonet en Savoie, production à Genas) va acquérir, en septembre 2021, une nouvelle ligne de bains dernière génération pour proposer de l'argentage. Un investissement conséquent chiffré à 1,4 M€ quand son chiffre d'affaires s'établit à 5,2 millions avec 30 salariés. En 2019, TDS a traité 12 000 tonnes de pièces en vrac et 320 000 m² à l'attache.

P.R.



LA SAVONNETTE : SAUVÉE DU COUP DE FROID PAR LE GEL

« J'ai reçu mes premiers produits mi-mars... », soupire encore Yannick Zamolo, créateur de La Savonnette, qui propose savons, gels douche et shampoings bio et produits localement aux petits hébergeurs (gîtes, meublés, hôtels). Dur-dur pour un lancement. Heureusement, en plein confinement, son fournisseur lui propose de vendre du gel hydroalcoolique. Il accepte, sans trop y croire... et s'en réjouit vite : bien placé en prix et en qualité, et surtout disponible quand toute la France est en quête, ce gel s'arrache auprès d'une clientèle d'entreprises comme de particuliers. « Cela nous permet de tenir », constate le néo-dirigeant, qui continue de travailler en profondeur (démarchage, recherche d'innovation) son marché initial de l'hébergement, en espérant un millésime 2021 nettoyé de tout confinement.

E.R.



L'ÎLE AUX LIVRES FAIT DE LA RÉSISTANCE

À Annecy, la librairie L'île aux livres a décidé de déconfiner les livres en attendant des jours meilleurs, et ainsi assurer sa survie. Sa propriétaire Chantal Rossetti, affiliée aussi au site de réservation en ligne chez-mon-libraire.fr (un réseau de 160 librairies indépendantes en Aura), récidive en proposant le cliquer-retirer, avec des horaires d'ouverture réduits. Pour cette librairie investie, « si on arrête la culture, c'est la fin de la liberté de penser ». Quitte à assurer les livraisons elle-même, en fin de journée, aux particuliers de l'agglomération d'Annecy (pour dépanner), mais aussi aux bibliothèques et aux écoles. « Sans le soutien des collectivités, j'aurais déjà mis la clé sous la porte », confie-t-elle. Les clients, en quête d'une sélection choisie de livres pour leurs enfants et pour eux-mêmes, jouent aussi le jeu. « Grâce à la vente des livres par guichet, j'en ai même gagné d'autres, qui ont découvert la librairie », se réjouit Chantal Rossetti, bien que la clientèle en caisse s'avère encore peu nombreuse. L'absence de panneau à l'entrée du square de l'Évêché (interdit par la Ville) n'y est pas étrangère. « Déjà en 2019, mon chiffre d'affaires ne s'élevait qu'à 360 000 euros avec zéro de résultat (et 1,5% de marge), imaginez cette année ! »

P.R.