

La Provence brille

28^e TROPHÉES DE L'ÉCONOMIE Pour sortir une fois de plus des sentiers battus, après avoir mis en lumière l'année dernière des femmes cheffes d'entreprise qui font briller le territoire, "La Provence" a décidé hier, pour l'édition 2024, de donner un coup de projecteur à ces patrons et entrepreneures qui ont misé sur l'international et l'export pour porter haut et fort les couleurs de la région. À l'affiche, plus de 420 invités pour saluer, à Marseille, le parcours de ces dirigeants.

Un lieu de prestige, le Palais de la Bourse, antre de la Chambre de commerce, a été choisi pour mettre en lumière ces patrons, hommes et femmes, qui brillent à l'export. Quel plus beau symbole que ce bâtiment du Second Empire, siège de la toute première Chambre de commerce au monde, pour parler d'échanges et de relations internationales. À Marseille qui plus est, ville portuaire, porte vers l'Orient, qui, au fil des siècles, a noué des partenariats commerciaux avec les autres rives de la Méditerranée, et bien au-delà. Une cité marchande et cosmopolite qui a donné des rêves d'ailleurs à Marius, si cher à Pagnol. Et pas que... La Provence a voulu mettre à l'honneur pour cette 28^e édition des Trophées de l'Économie, ceux et celles qui œuvrent à l'international, dont les produits, services, innovations et technologies, sans oublier l'artisanat, font que la région rayonne dans le monde.

Avec près de 30 milliards d'euros d'exportations régionales en 2022 portées notamment par les filières agricoles, BTP, industrie, TIC (Technologies de l'information et de la communication) et la logistique-transports (5,1% du total national), la région Provence-Alpes-Côte d'Azur n'a pas à rougir de son positionnement et de son attractivité. L'Union européenne reste notre premier partenaire à l'export. L'Italie s'impose comme un allié privilégié (premier à l'export et quatrième à l'import), mais aussi "l'Espagne, l'Allemagne, l'Angleterre et les États-Unis", a rappelé Renaud Muselier, président de la Région. Impulsé par Beuchât, entreprise axée sur le matériel de plongée sous-ma-

rine vendue dans le monde entier, Batimex, une boîte familiale spécialisée dans les luminaires dont la marque Lumisky est distribuée dans 14 pays ou encore Mão Boa, qui propose une plateforme dédiée aux actions RSE et qui répond aux besoins de 20 000 salariés à travers le globe, ce savoir-faire régional dépasse aisément les frontières et se fait une place de choix à l'international.

"Ils investissent, prennent des risques et sont présents pour faire briller notre territoire", s'est réjoui Martine Vassal, présidente de la Métropole Aix-Marseille-Provence. Des entreprises qui

mettent en valeur le potentiel d'un "territoire avec une position stratégique, ouvert sur la Méditerranée et le monde", qui a la "capacité à se projeter sur l'international" grâce au "premier port français" et au développement du hub numérique et à de nouvelles lignes aériennes de premier plan, a insisté Jean-Luc Chauvin, président de la Chambre de commerce et d'industrie AMP.

“
Un territoire
avec une position
stratégique,
ouvert sur la
Méditerranée
et le monde.”

Une attractivité au cœur du sujet, notamment à Marseille, "une marque connue à l'international qui vaudrait plusieurs milliards d'euros si les entrepreneurs pouvaient la déposer", s'enorgueillit Benoît Payan, maire de Marseille. Malgré tout, le contexte géopolitique actuel et certains obstacles de taille restent à surmonter pour les entreprises régionales dans leur quête d'expansion. "Quand c'est possible, il faut trouver des solutions pour rétablir le commerce. C'est très important, a assuré Renaud Muselier, qui en a également profité pour évoquer d'autres possibilités pour l'avenir. Il faut arriver à trouver des solutions avec nos partenaires africains." C'est dit.

Lorenzo HASNI, Rislène ACHOUR et Geneviève VANLEDE

Les lauréats de la 28^e édition des Trophées de l'économie de "La Provence", entourés de l'ensemble des représentants politiques, du préfet de Région et des partenaires. Une soirée de prestige pour porter haut et fort les couleurs du territoire à l'international. Oui, nos chefs d'entreprise ont du talent. Et de la résilience. /PHOTOS NICOLAS VALLAURI



MANAGER BOUCHES-DU-RHÔNE 2024

Christophe Margnat fait rayonner Beuchât, pépite marseillaise à l'export depuis 90 ans



Christine Fabresse, présidente du directoire de la Caisse d'Épargne Cepac salue le parcours de Christophe Margnat, à la tête de Beuchât depuis 2002.

Depuis 2002, il dirige la destinée de Beuchât, société spécialisée dans le matériel de plongée sous-marine, créée à Marseille en 1934.

Cassiden de naissance, Georges Beuchât a créé la marque éponyme en 1934. Sa passion de la mer n'ayant pas de frontières, il a œuvré pour développer son matériel de plongée et le faire rayonner à l'international. Une vision qui se confirme dès 1961, date à laquelle il reçoit le prix de l'exportation. Une distinction remise par un ministre de l'époque, mais qui n'a pas pris une ride.

À quatre-vingt-dix ans, l'entreprise à présent spécialisée dans les équipements destinés à la pratique de sports sous-marins, est dirigée depuis 2002 par Christophe Margnat. Aujourd'hui, le groupe Beuchât

abrite trois entités. La première et la principale compte 35 salariés au sein de son siège social aux Arnavaux. La marque est centrée autour de quatre sports : la plongée, la chasse sous-marine, l'apnée et le snorkeling (randonnée palmée).

La petite de la famille Beuchât, Aquaman, créée en 2021 et portée par trois salariés, est centrée sur deux sports : le triathlon et la nage libre. Et pour aller jusqu'au bout du processus, le fondateur de Beuchât avait en 1977 pensé Beuchât industries, avec deux emplacements. Le premier aux Arnavaux et le second à La Penne-sur-Huveaune. Forte de 30 salariés, elle s'émancipe dans les domaines du médical, du sport, militaire et de l'industrie.

En termes d'innovation, on doit notamment à Beuchât en 1947 l'invention de l'arbalète de pêche sous-marine, en 1953 la combinaison isothermique, en 1966 le premier vêtement femme et en 2020 le néoprène

eco friendly. La marque numéro 1 en France entend le rester : "Nous sommes une griffe internationale vendue dans 90 pays, avec des pays cibles que sont l'Europe du Sud et la Méditerranée, en plus, du terrain de jeu national." L'idée est aussi de se renforcer en Australie et en Nouvelle-Zélande ou en Égypte, "un centre de plongée" important. "Nous avons toujours été dans l'innovation, nous sommes hyper reconnus et une référence incontournable sur les vêtements sous-marins." Si le marché de la plongée reste stable, Beuchât doit s'adapter à l'évolution de la location. D'où la nécessité, en bon manager, de penser d'autres marques et de s'ouvrir le champ des possibles. "C'est une année importante pour l'entreprise qui fête ses 90 ans, mais ce n'est pas une fin en soi, nous allons continuer à innover et accélérer à l'international", a assuré hier soir Jean-Christophe Margnat.

Rislène ACHOUR

à l'international



Plus de 420 invités ont participé hier soir à la 28^e édition des Trophées de l'économie de "La Provence", dans l'enceinte du Palais de la Bourse.



Jean-Christophe Tortora (CMA Média) a lancé la cérémonie des Trophées de l'économie rappelant l'importance du tissu économique local.



Une fois n'est pas coutume, élus, représentants de l'État et de chambre consulaire, tout comme des acteurs économiques majeurs du territoire étaient réunis, hier.

PME EN CROISSANCE

Batimex, le leader du luminaire devenu champion du Net

Cette entreprise familiale est pionnière dans son secteur à l'export.

Fondée à Marseille en 2004 par

Jean-Yves Baeteman et spécialisée dans le négoce d'articles maison & jardin, Batimex se tourne vers le luminaire. Des boules blanches aux lampes qui changent de couleurs, la so-

ciété s'adapte aux nouvelles tendances. Mais c'est l'arrivée du fils Thibaut, il y a quinze ans, qui donne à l'entreprise une nouvelle impulsion, mettant en place la vente en ligne. Une gamme tendance à base de produits naturels (bambou, osier, rotin) est venue également enrichir l'offre. Batimex a créé plusieurs marques dont les luminaires Lumisky (80% du chiffre d'affaires et distribuée dans 14 pays). Le BtoC représente pas moins de 60% du CA. Parallèlement, 35% se fait en BtoB et une partie à l'export. "L'international représente environ 40% de l'entreprise. Notre activité e-commerce est très importante, en distribuant des produits en Europe notamment en Allemagne, Italie et le Benelux", s'est enorgueilli Thibaut Baeteman, lors des Trophées.

R.A. et L.H.



Nicolas Férand (Ordre des experts-comptables), à gauche, et Martine Vassal, présidente de la Métropole, à droite, aux côtés du lauréat Thibaut Baeteman.

START-UP DE L'ANNÉE

Inclusive brains, les neurosciences et l'IA au service du handicap

Fondée en 2022 par Olivier Oullier et Paul Barbaste, cette start-up utilise l'IA générative et les interfaces cerveau-machine pour améliorer la vie des personnes en situation de handicap.

C'est ainsi que l'interface neurale Prometheus voit le jour : une mise en lumière mondiale, le 8 mai dernier, lors de l'arrivée de la flamme olympique à Marseille. L'interface cerveau-machine a permis à Nathalie Labrégère, souffrant d'un polyhandicap moteur et cognitif, d'actionner l'exosquelette via la pensée, et de se saisir du flambeau. Inclusive brains envisage de mettre en open source (un code informatique accessible au public) l'algorithme de commande mentale développé à



Séverine Grégoire, chef du département Innovation et IA de CMA CGM (à gauche) et le préfet Christophe Mirmand (à droite) aux côtés d'Olivier Oullier, Inclusive Brains.

destination de projets non lucratifs et d'étendre les applications de sa technologie aux secteurs du bâtiment et de la formation professionnelle. "On peut faire de l'IA sans partir de France, se

balader et vendre à l'étranger. Une société, c'est avant tout du business qui rentre, a insisté Olivier Oullier, lors de la cérémonie. Mais c'est aussi de l'humain." G.V.L. et L.H.

TRANSITION ÉCOLOGIQUE

Avec Canopée, Jifmar a conçu le premier cargo hybride

L'armateur aixois, combinant les compétences d'ingénieur et de marin, a conçu un cargo industriel hybride, vélique et thermique, pour transporter les pièces de la fusée Ariane 6.

Cet armateur pas comme les autres, qui fêtera ses 20 ans en juillet 2025, peut opérer sur dif-

férents chantiers : construction en mer comme la digue de Monaco ou des îles flottantes au Sénégal ; dragage et construction d'îles à Abu Dhabi ou à Dubaï en jouant sur la polyvalence de ses navires pour réaliser ces services complexes à la mer.

Mais c'est sans doute ce projet atypique de cargo à voile qui a permis à la société Jifmar, cofondée par Jean-Michel Berud, d'avoir le vent en poupe. "C'est

une somme d'innovations et de challenges pour livrer le bateau en temps et en heure", a précisé Jean-Michel Berud, président de Jifmar, lors de la cérémonie, hier soir.

L'entreprise explore aujourd'hui d'autres solutions de décarbonation, comme le *Costal Liberty*, un navire de 45 mètres, certifié 100% hydrogène, opérant en Allemagne.

G.V.L. et L.H.



Frédéric Busin, directeur régional EDF Paca (gauche) et Jean-Luc Chauvin, président de la CCIAMP (droite) entourent le récipiendaire Jean-Michel Berud.

IMPACT SOCIAL

Mão Boa aide les entreprises à gagner la bataille de la RSE

Créée en 2019, la start-up marseillaise mobilise les collaborateurs autour d'actions RSE.

Entre impératif de transition et

quête de sens, la responsabilité sociétale des entreprises (RSE) est devenue un enjeu pour les entreprises afin de réussir leur transition énergétique, environnementale, sociale et sociétale. Mais cette ba-

taille doit se gagner en interne afin qu'employés et employeurs se saisissent de ces sujets. Et c'est là qu'intervient Mão Boa, la start-up phocéenne créée par Marie-Alphie Dallest et Maxime Marchand.

Cette plateforme a été lancée pour répondre aux besoins des salariés de mieux comprendre et s'approprier les enjeux de la RSE au sein de leur entreprise. L'outil est déployé dans 87 pays et disponible en plusieurs langues.

"L'international et la RSE sont des sujets importants. Nous sommes tournés vers l'Europe, c'est un grand enjeu", a indiqué Maxime Marchand au moment de recevoir son prix. Plus de 50 entreprises sont déjà clientes, 20 000 salariés sont utilisateurs de la solution et plus d'un million d'actions ont été réalisées par les salariés.

G.V.L. et L.H.



Vincent Parisot, directeur de la communication d'Orange (à gauche) et le maire de Marseille Benoît Payan (à droite), ont remis le prix à Maxime Marchand.

COUP DE CŒUR DU SERVICE ÉCONOMIE

Frédérique Dessemmond, la folie Ginette NY

L'histoire de la marque de bijoux "Bohemian chic" a démarré à New York. Une véritable success story.

Si, aujourd'hui, la créatrice passe le plus clair de son temps à New York, c'est à Marseille qu'elle a fait ses premiers pas... Et c'est au Corbusier qu'elle a grandi. Si la Cité radieuse, ce "modulor d'apparence très austère à taille humaine" l'a beaucoup imprégnée, c'est à New York qu'elle a mis à profit ses cours d'histoire de l'art, "pour voir des galeries, des musées, avec un peu d'argent et beaucoup de débrouille"... Elle gagne à la loterie la fameuse carte verte, ce si précieux sésame pour vivre le rêve américain. De chine en customisation de sacs vintage qu'elle revendait le samedi dans la rue, sur West Broadway. Puis, à la



Geneviève Van Lède et Rislène Achour du service Économie remettent le prix à Julie Lena et Mailys Le Roux, les représentantes de Frédérique Dessemmond.

demande d'une amie, elle crée un bijou, une médaille avec des initiales, deux trous et une chaîne qui passe. Un vrai succès et une signature. En 2010, c'est la consécration avec la disk ring qui a conquis le mon-

de... et le service économie de La Provence. "En tant que Marseillaise, je suis fière et touchée de recevoir ce prix", s'est réjouie Frédérique Dessemmond... depuis New York.

R.A. et L.H.

MANAGEURE 2024 VAUCLUSE

De la passion à la transmission, Magali Donnat veut former les ébénistes de demain



Tony Coniglio (à gauche), élu à la Chambre régionale des métiers et de l'artisanat Provence-Alpes-Côte d'Azur et Renaud Muselier, président de la Région (à droite), aux côtés de Magali Donnat.

Responsable depuis 10 ans de l'École supérieure d'ébénisterie d'Avignon, installée au Thor, la jeune femme a fait de la transmission du savoir-faire son credo.

Ce lieu d'enseignement pas comme les autres lui est familier, d'autant que c'est son père, Louis Suau, maître ébéniste qu'il l'a créé, il y a 40 ans. Le programme d'un type original consiste à acquérir une formation en ébénisterie, reconnue par l'État, en 10 mois afin de lancer son entreprise ou être embauché dans une autre.

La méthode : permettre aux élèves de passer 80% de leur temps sur la pratique "car c'est en faisant, en apprenant les bons gestes et en les appliquant que l'on acquiert une bonne technique, qu'on assimile plus vite,

qu'on empile les connaissances", soutient Magali Donnat en digne héritière de son père. "L'ébénisterie, c'est un métier passion, on travaille en contact avec une matière vivante. Il faut savoir l'apprivoiser, en connaître les réactions, les secrets, il faut faire corps, être motivé...", poursuit-elle. Lorsque l'école a été vendue à l'Association départementale d'étude et de formation en 2010, Magali a rejoint l'ex-entreprise familiale pour en assurer la gestion. Spécialisée dans la gestion, l'accompagnement à la création d'entreprise et en ressources humaines, elle s'est appliquée à dispenser ses connaissances professionnelles. Depuis, l'école ne désemplit pas. "Je gère comme s'il s'agissait de mon école, on me laisse les coudées franches et tout fonctionne à merveille", se réjouit-elle. Et les élèves affluent, "de 18 à 62 ans cette année, pour un métier longtemps réservé aux hommes et où les

femmes font leur place. Elles représentent aujourd'hui environ 30% des effectifs." Sur les 50 élèves formés chaque année, dont près de la moitié ne sont pas vauclusiens, un taux de 100% de réussite est enregistré dans les parcours ébénisterie et technicien des arts mobiliers sculptés et décoratifs.

Et on relève plus de 88% d'insertion dans l'emploi en ébénisterie et encore plus de 84% en arts mobiliers. "La pédagogie fait notre succès qui est basé sur la transmission du savoir sans rétention et avec passion", a-t-elle souligné lors de la soirée. Quant à s'ouvrir à l'international, Magali Donnat n'est fermée à rien, bien au contraire : "Ces dernières années, nous avons eu des élèves d'Australie, du Brésil, d'Afrique du Sud, de Pologne et bien sûr d'Europe. Tous venus relever le défi du bois et ses enjeux..."

Philippe MÉRON