

Ils s'internationalisent...

► DROME - SANTE

Millet Innovation affiche une forte croissance à l'export

Cotée sur Alternext (Euronext Paris), Millet Innovation (pdt du dir. : Damien Millet ; Loriol-sur-Drôme), spécialisée dans le développement et la production de produits de santé et de confort en podologie, devrait plus que doubler ses ventes à l'export cette année. **A moyen terme, la société drômoise vise un CA à l'international de l'ordre de 40 % de ses ventes.**

FOCUS. Cette percée à l'export résulte de la mise en place, en septembre 2006, d'un directeur international et d'un très bon accueil des produits de Millet dans les pharmacies belges. A la fin de ce semestre, la marque devrait être présente dans quelque 500 officines outre-Quévrain. Parallèlement, Millet négocie des accords de distribution en Allemagne, Espagne, Italie et Portugal, qui devraient déboucher fin 2007, pour produire tous leurs effets en 2008 et 2009.

► **CA 2006 : 11,7 M€ (5,3 % à l'export) ; 67 salariés.**

► LOIRE - TEXTILE

Granjard veut exporter en Espagne et se fournir en Inde

Le fabricant de linge de maison et de nappage pour collectivités Granjard (codir. : Hervé et Emmanuel Granjard ; Panissières) veut développer ses ventes **en Espagne, où il crée une filiale de distribution**, et fidéliser ses approvisionnements avec des fournisseurs implantés dans le sud de **l'Inde, où il ouvre un bureau de sourcing.**

GROUPE. Entité du groupe Sotexpa (pdg : Christian Doligez ; Lyon), Granjard (200 pers.) a enregistré un CA de 17,8 M€ en 2006. Les hôpitaux et les maisons de retraite représentent les deux tiers de ses ventes. Autres débouchés : les loueurs de linge, le maintien à domicile, les crèches et les maternelles par l'intermédiaire de Centex, une filiale rachetée en 2001 et transférée de l'Essonne à Panissières. Le CA du groupe Sotexpa s'est élevé à 28,5 M€ en 2006. Celui-ci dispose d'une filiale en Tunisie, Hocotex. Les modèles sont conçus à Panissières et envoyés en Tunisie. Sont aussi réalisés à Panissières les petites séries, les tailles spéciales et les produits à forte valeur ajoutée.

BRÈVES DE BR

■ Le groupe SHCB (S. Quentin-Fallavier/Isère) spécialisé en restauration collective, poursuit ses opérations de croissance externe (Bref n° 186) et vient de racheter Traiteur des Fines Agapes (Vigne-de-Lans/Isère ; cinq salariés). Déjà présent dans le secteur du "livré" et la "restauration concédée", SHCB ajoute une corde à son arc en développant l'activité "traiteur" qu'il espère développer. Le groupe table sur une croissance de "traiteur" de 1 M€ en 2007-08 pour un CA consolidé de 22 M€ en 2006).

► SHCB : 325 pers. ; 5 sites (Isère, Haute-Savoie, Rhône et Côte-d'Or).

LA PAROLE À...

► **BERTRAND ELIARD**

L'association des sociétés "Eponymes" organise à Lyon la première édition régionale de ses Trophées. Bertrand Eliard, directeur du Pôle Patrimoine chez KBL France, banque partenaire de la manifestation, nous explique la particularité de ces entreprises dont 250 ont été recensées en Rhône-Alpes⁽¹⁾.

■ Qu'est-ce qu'une société éponyme ?

Bertrand Eliard : C'est une société qui, à travers les générations, porte encore le nom de la famille fondatrice. Les descendants en conservent le contrôle, soit capitalistique, soit managérial. C'est le cas du groupe Peugeot par exemple. Pour être éponyme, l'association a précisé des critères de taille (CA minimum de 5 M€) et d'ancienneté (au moins quarante ans d'existence). Enfin, la dimension éthique du management, en particulier sur le plan social et de l'emploi, est prise en compte. En Rhône-Alpes, des sociétés comme Boiron,

Mérieux ou Bernachon répondent à tous les critères. Au niveau national, depuis que les Trophées existent, ont été récompensées des entreprises comme Bich, Decaux, Bonduelle, Loiseau ou encore Daher.

■ Qu'est-ce qui rend une société éponyme différente d'une "simple" société familiale ?

Bertrand Eliard : Sa volonté de conserver le patronyme de la famille. C'est, à nos yeux, essentiel de faire porter son nom à une entreprise. Non seulement cela peut constituer un objet de fierté pour son dirigeant, mais cela l'engage clairement. En particulier si des difficultés surviennent dans la vie de l'entreprise. Dans ce cas, son nom est beaucoup plus exposé.

■ Quelles particularités les sociétés éponymes ont-elles par rapport à d'autres entreprises ?

Bertrand Eliard : Les entreprises à gestion familiale affichent des performances économiques - rentabilité et valorisation - supérieures

à celles du CAC 40. La raison me semble humaine : plus un dirigeant investit à long terme dans son entreprise, plus il tient à sa bonne santé. On fait plus attention à l'argent qu'à celui des autres.

■ Et pourtant, les opérateurs financiers visent, eux aussi, la rentabilité maximum quand ils investissent dans une entreprise...

Bertrand Eliard : Oui, mais la grande différence, c'est que ces acteurs recherchent souvent la rentabilité financière à court terme. Les entreprises fonctionnent sur une logique à dominante industrielle, à plus long terme, même si certaines d'entre elles peuvent faire appel à des opérateurs financiers (capital-investissement). Du coup, leur croissance et leurs performances sont plus régulières.

⁽¹⁾ Salle de la Corbeille, CCI de Lyon, lundi 4 juin 2007, 18h30. KBL est un groupe bancaire de gestion privée de droit luxembourgeois. KBL France a repris la société de gestion lyonnaise Michaux, devenue sa succursale lyonnaise.