

Millet Innovation affirme sa notoriété

A l'origine de Millet Innovation, la rencontre entre Jean-Claude Millet, Jean-Luc Martin et deux podologues, inventeurs d'un coussinet plantaire révolutionnaire. En 1996 naît ainsi la société Epitact, devenue en 2005 Millet Innovation, avec pour objectif de développer, produire et commercialiser des produits de santé et de confort de haute technologie. Basée à Loriol, l'entreprise de 62 salariés affiche 85 % de croissance en 2005, avec un chiffre d'affaires de 10 M€. Pour le président, Damien Millet, "ces bons résultats s'expliquent par la performance de notre outil industriel, la qualité de notre force de vente en pharmacie et nos efforts de communication sur notre marque Epitact." Aujourd'hui, 60 % des ventes sont réalisées au sein du réseau pharmaceutique, 30 % par correspondance et 6 % à l'export. "L'entrée en Bourse en mars 2006 vise notamment à accroître notre notoriété auprès de notre réseau et de nos partenaires à l'export, reprend Damien Millet. D'ici 4 à 5 ans, nous souhaitons atteindre 30 % à l'export. À court terme, nous allons poursuivre nos efforts auprès des pharmacies pour devenir une marque incontournable et continuer de lancer des produits de rupture afin de nous différencier de la concurrence." Millet Innovation consacre ainsi 5 % de son chiffre d'affaires à la R & D.



Photo Studio Lattard

cession. "En Rhône-Alpes, nous recensons 43 000 chefs d'entreprise de plus de 55 ans amenés à transmettre dans les dix ans, observe Michel Beyet, en charge de la transmission à la CRCI. Cela représente 330 000 emplois. Car il ne faut pas oublier que l'enjeu de la transmission est de pérenniser non seulement l'entreprise, mais également les emplois. Or, ce chiffre de 43 000 entreprises sous-estime encore la réalité puisque l'on sait que les départs en retraite représentent 60 % des causes de transmission." Le nombre de cessions à venir est donc considérable. Il est essentiel, pour les cédants, d'anticiper cette étape et, pour les repreneurs, de se former et de se faire accompagner par des professionnels.

Les programmes "Croissance PME"

Une fois créée ou transmise, reste à l'entreprise à se développer. Comment encourager la croissance de ces petites sociétés et les aider à passer à une taille intermédiaire ? En mars dernier, Renaud Dutreil lançait, dans ce sens, cinq programmes "Croissance PME" portant sur le financement, la compétitivité, l'ouverture à de nouveaux marchés, la croissance externe et la transmission et, enfin, la création de futurs champions

économiques, les "gazelles". Pour le financement, Renaud Dutreil prévoit de lever 2 Mds€ sur les marchés financiers. Cette somme sera investie dans des fonds qui prendront des participations dans les PME. Le programme "Compétitivité et performance" vise à donner aux PME les moyens de protéger leur innovation par le dépôt de brevets. Il doit faciliter, par ailleurs, leur accès à l'économie numérique et à des compétences nouvelles par l'attractivité de hauts

potentiels. Le troisième programme cible l'accompagnement des PME vers de nouveaux marchés, que ce soit à l'export, vers les grands comptes ou via le commerce en ligne. Le ministre souhaite, d'autre part, promouvoir la croissance externe et la transmission. Le programme "Gazelles" a pour objectif de détecter, de financer et d'accompagner les projets de création d'entreprise à très haut potentiel pour permettre l'émergence des champions économiques. ●●●

NORD-ISÈRE

Rovitex : l'innovation multimarché

Issu de l'entreprise familiale Louis Vidon, société de tricotage pour la lingerie, Jérôme Vidon a fondé sa propre société, Rovitex, en 1992. Implanté en Champagne-Ardenne, il a ouvert depuis 2000 un autre site à La-Tour-du-Pin (23 salariés). Spécialiste du contrecollage de tout matériau, Rovitex a démarré naturellement dans le secteur textile. Mais, en 1999, elle fait le choix de la diversification. Une décision judicieuse puisqu'elle a permis à la petite société iséroise de faire face au retournement du marché. Rovitex travaille ainsi pour des clients très divers dans la lingerie, l'automobile, le sport, l'aéronautique, le bâtiment. "Nos concurrents sont spécialisés dans un seul domaine, analyse Jérôme Vidon. Notre force tient à notre positionnement multimarché. Cela nous aide à avancer, car il existe des passerelles en termes d'innovation entre les secteurs." La R & D occupe une place centrale dans le développement de la PME, qui réalise 350 à 400 essais de nouveaux produits par an. "Nous devons poursuivre nos efforts pour proposer des produits de niche", annonce Jérôme Vidon.