– AUDACE –

Le magazine du Connecteur

Édition N°2

Décembre 2021 - Février 2022



RESPIREZ ! LE CONNECTEUR PREND DE LA HAUTEUR

01.
Tendances business

Quatre secteurs
à fort potentiel en 2022
Mon site est-il obsolète ?
Qu'est-ce que la pollution numérique
et comment agir contre ?

02.
Visions entrepreneuriales

Margret Tangerino :
une entrepreneuse au galop
Aqualines vole au-dessus de l'océan
Le développement
des services innovants

03.
Lifestyle

J'ai testé la thalasso
Atlanthal à Anglet
Prendre de la hauteur au Pic du Midi
Le chef Anthony Ruffet
partage sa recette festive

Innover ici et s'envoler ensemble



En soutenant les entreprises d'ici et leur investissement dans les nouvelles technologies et le futur, nous œuvrons ensemble au développement de la puissance de notre territoire. Le Crédit Agricole Pyrénées Gascogne déploie plus de 150 experts pour accompagner les entreprises d'ici.
En avançant ici et ensemble, nous devenons tous acteurs de notre territoire.

ici et ensemble
tous acteurs de notre territoire

CA | PYRÉNÉES GASCOGNE

Caisse Régionale de Crédit Agricole Mutuel Pyrénées Gascogne - Société coopérative à capital variable. Établissement de crédit agréé - Société de courtage d'assurances immatriculée au Registre des Intermédiaires en Assurance sous le n° 07 022 507 - Siège Social : 11 Boulevard du Président Kennedy BP 329 - 65003 TARBES Cedex - RCS de Tarbes n° 776 983 546 - 04/2017 - Crédits photo : Gettyimages - AGENCE FREESTYLE

ÉDITO.

La parution de ce deuxième numéro de notre magazine *Audace* coïncide avec les cent premiers jours du Connecteur. Cent jours, chiffre symbolique s'il en est.

Au cours de cette période, notre équipe a accueilli plus de deux cents co-workers et quatre-vingts entreprises. Elle a organisé une centaine de séminaires, conventions, réunions, conférences, concerts, petits déjeuners, afterworks ou cocktails pour des entreprises, nos résidents et un public externe.
Et surtout, elle a fait en sorte que ce magnifique bâtiment fonctionne au quotidien, avec toujours à l'esprit l'amélioration constante de ses performances.

Comment vous dire, nous n'avons pas chômé !

Au fond, ce qui nous tient à cœur de réaliser – et qui dépasse largement la logique du bâtiment –, c'est tenir la promesse que le Crédit Agricole Pyrénées Gascogne a faite au territoire en érigeant Le Connecteur au cœur de Biarritz : créer un espace de vie et d'entreprise où l'on se retrouve pour créer et développer son activité, rencontrer et échanger, apprendre et s'enrichir.
Bref, pour connecter entre eux les audacieux – ceux qui s'ignorent et ceux qui s'assument – et faire naître des initiatives au service de notre territoire.

Après la crise sanitaire qui a secoué la planète, notre promesse résonne plus fort encore. Offrir un lieu connecté pour que chacun puisse travailler là où il a envie de vivre et proposer des expériences uniques et positives qui donnent à penser autrement et dessinent des alternatives différentes, voilà une mission essentielle dans une époque souvent un peu trop… pressée.

Bonne lecture ●



GILLES SIXOU

Directeur général du Connecteur

Directeur des marchés spécialisés du Crédit Agricole Pyrénées Gascogne

Une publication du Connecteur

Directeur de la publication
Gilles Sixou

Directeurs du comité éditorial
Gilles Sixou & Benoit Luciani

Rédactrice en chef
Faustine François

Directrice artistique
Claire Barrow

Journalistes
Faustine François
Clémence Damerval
Éric Becquet
Marine Saint-Vanne

Secrétaire de rédaction
Chloé Dubois

Photographes
Cyril Garrabos
Andrès Rodríguez
Xavier Dumoulin
Clément Herbaux
Goicoechea
Melisa Mula
Aqualines
Marche Aquatique Côte Basque
Ligerio
Cuvée Privée
Sokoa
Dima
iStock
Shutterstock

Nos experts contributeurs
Nicolas Layous
Erika Solans
Sophie Le Guyader
Gilles Sonou
Charlotte Pellé
Arantxa Biscay
Benoit Dufaure
Caroline Concetti
Masy Elissalde
Antoine Ferrier

Magazine réalisé par
Pop Communication au Connecteur
Tél. : +33 (0)6 09 51 83 20
faustine@pop-communication.com
Pop-communication.com

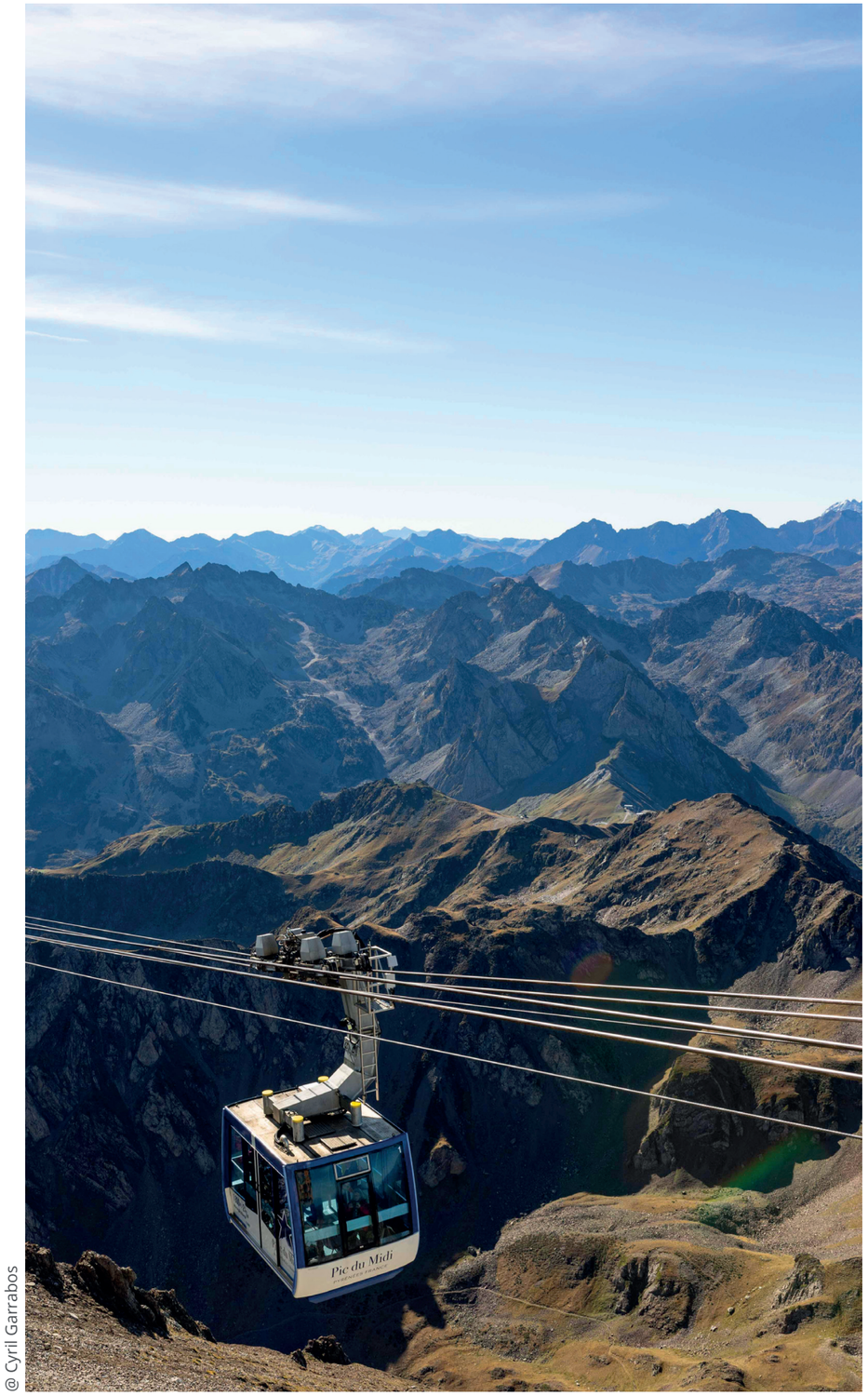
Impression
Ganboa

Régie Publicitaire
Le Connecteur
Benoit Luciani & Arantxa Biscay

Parution
Décembre 2021

LE CONNECTEUR
45, avenue du Président J F Kennedy
64 200 Biarritz
Tél. +33 (0)6 32 61 44 80.
Leconnecteur-biarritz.fr

"Les contenus sont non-contractuels et vous sont donnés à titre indicatif. L'éditeur décline toute responsabilité concernant les erreurs et omissions pouvant apparaître sur ce document. Toute reproduction partielle ou totale des textes ou des illustrations est interdite."



@ Cyril Garrabos

SOMMAIRE.

6. RENCONTRES AUDACIEUSES
Gilles Sixou, directeur général du Connecteur, s'entretient avec Guillaume de Blic, CEO chez Lacoste Europe, et Thomas Chambolle, co-fondateur de la marque "gameswear" Fulllife.

18. LES FEMMES DANS LE NUMÉRIQUE
Pour soutenir le développement des postes dans ce secteur en plein essor, Indarra lance le programme de "préqualification" #Hackeuses, à destination des femmes.

24. QUELLES SONT LES TENDANCES BUSINESS 2022 ?
Quels secteurs auront le vent en poupe ces prochains mois ? Quels projets seront les plus porteurs ? Décryptage.

30. QU'EST-CE QUE LA POLLUTION DIGITALE ?
Fabrication des outils numériques, fonctionnement d'Internet… On fait le point sur la pollution numérique et comment agir contre.

36. REPRISE D'ENTREPRISES LOCALES
Pour moderniser son image ou sauvegarder son activité, les dirigeants d'entreprise optent pour différentes voies destinées à donner un second souffle à leur société.

42. AQUALINES SURVOLERA-T-ELLE LES OCÉANS ?
La start-up rêve de créer des liaisons commerciales décarbonées en des temps records. Assemblage malin d'appareils mi-avion, mi-bateau, un projet d'envergure en région !

56. J'AI TESTÉ LA THALASSO ATLANTHAL D'ANGLET
Après le stress de la rentrée, les caprices de l'automne et avant la folle période des fêtes, passer un après-midi à se faire chouchouter n'était pas sans déplaire à Clémence, notre reporter.

58. À NOUS LE PIC DU MIDI !
À 2877 m d'altitude, laissez-vous transporter par le téléphérique de la station de ski La Mongie jusqu'au plus beau panorama de toute la chaîne des Pyrénées.

62. UNE RECETTE ÉPATANTE POUR DÎNER DE FÊTES
Chef associé au restaurant bistronomique Marloe Biarritz, Anthony Ruffet nous partage le secret de la volaille Albufera, un plat de fêtes à refaire (facilement) à la maison.



À LA RENCONTRE DES AUDACIEUX

PRENDRE LE TEMPS, REGARDER AU-DELÀ DES APPARENCES, CHOISIR UNE DIRECTION, AGIR AUTREMENT… L'AUDACE EST L'UNE DES COMPÉTENCES MAJEURES DES DIRIGEANTS D'ENTREPRISE. POUR ÉCHANGER SUR CETTE CAPACITÉ "À SORTIR DU CADRE", GILLES SIXOU, DIRECTEUR GÉNÉRAL DU CONNECTEUR, A ACCUEILLI GUILLAUME DE BLIC, CEO CHEZ LACOSTE EUROPE, ET THOMAS CHAMBOLLE, CO-FONDATEUR DE LA MARQUE DE "GAMESWEAR" FULLLIFE. ENTRETIEN.

GILLES SIXOU : QU'EST-CE QUE L'AUDACE POUR VOUS ?

GUILLAUME DE BLIC : D'abord, c'est l'une des quatre valeurs fondamentales de Lacoste : jouer en équipe, jouer avec ténacité, jouer avec élégance et jouer avec audace. René Lacoste était un joueur de tennis audacieux qui a expérimenté beaucoup de choses et a cassé les codes de la mode sur les cours. En 1927, notamment, il a coupé les manches de sa chemise pour être plus à l'aise dans ses mouvements. À l'époque, le tennis est un sport élégant et se pratique en pantalon. Pour développer ce polo à manches courtes en coton respirant – sans oublier les boutons –, René Lacoste s'associe avec un industriel du textile. Chez Lacoste, l'audace se perpétue en encourageant chacun d'entre nous à ne pas se contenter du statu quo, expérimenter et oser.

THOMAS CHAMBOLLE : J'ai une vision assez proche. Pour moi, l'audace est de croire qu'il est possible de "changer le game", de construire quelque chose de différent. Sans audace, il n'y a pas d'entrepreneuriat. Personnellement, j'ai puisé dans cette aptitude pour me lancer dans la création de société après un parcours dans les grandes entreprises et l'administration. En cofondant Fulllife avec Alexandre Malsch, Bruno Maugery et Philippe Vial, on a fait le pari de tirer vers le haut la tendance du gaming, la cultiver et faire ressortir son meilleur profil, malgré le jugement et le fossé générationnel. Il y aura toujours des jeunes qui joueront aux jeux vidéo !

G. S. : VOS DEUX PARCOURS PROFESSIONNELS SONT SINGULIERS *(VOIR BIOGRAPHIES, NDLR)* : QUEL A ÉTÉ VOTRE MOTEUR ?

G. D. B. : L'excitation liée au changement, le désir de découvrir d'autres choses, le souhait de vouloir apprendre et rencontrer d'autres personnes… J'ai travaillé longtemps chez Ducros et, un jour, le groupe Hanes (Dim, Wonderbra, Champion, Chantal Thomass…) m'a appelé pour vendre du textile ; chose que je n'avais jamais faite. C'était un peu le grand écart et c'est ce qui m'a attiré. À chaque fois, le déclic était "C'est très différent, ça n'a rien à voir avec ce que j'ai fait, je vais saisir cette chance". L'audace, c'est aussi la notion de saisir les opportunités, même si c'est risqué.

T. C. : Le principal moteur de mes changements, c'est le besoin d'être utile. En 2009, quand j'ai rejoint la Médiation du crédit, j'ai adoré aider les entreprises à négocier avec leurs banques au plus fort de la crise. Ensuite, quand Pierre Agnès m'a proposé de rejoindre Quiksilver, je savais qu'il y avait un problème financier à résoudre. Après cela, j'avais envie de faire différemment. Ces expériences m'ont montré la difficulté à faire bouger les lignes au sein des grandes entreprises. Fulllife nous apporte l'opportunité de faire bouger la mode, en la rendant plus vertueuse par exemple. Nous essayons de démontrer qu'il est possible de faire mieux, plus proprement, avec des produits de qualité, bio et fabriqués en Europe.

G. S. : RÉINVENTER LA MODE, C'EST ÉGALEMENT UN SUJET PRÉSENT CHEZ LACOSTE ?

G. D. B. : Extrêmement présent ! Comme le dit Thomas, le textile est l'une des industries les plus polluantes au monde… Pour nous, c'est un enjeu majeur. Nous avons la chance d'avoir encore cinq usines en France, dont deux sur le bassin méditerranéen. D'ici deux ans, la stratégie du groupe est d'avoir à peu près 80% de sa production réalisée "localement". Autrement dit, chez Lacoste, nous souhaitons fabriquer 80% de la consommation européenne, en Europe. Et pour contrer la fast fashion, Lacoste s'engage à utiliser des produits de qualité, que les consommateurs vont garder plus longtemps. De fait, cela permet de limiter l'impact carbone.

> ***Chez Lacoste, l'audace se perpétue en encourageant chacun d'entre nous à ne pas se contenter du statu quo, à expérimenter et oser***
>
> Guillaume de Blic

G. S. : CETTE VOLONTÉ DE SE DIRIGER VERS UNE CONSOMMATION MOINS FRÉQUENTE MODIFIE-T-ELLE LES MODÈLES GLOBAUX DES ENTREPRISES ?

G. D. B. : Oui, mais c'est aussi une question de parts de marché… il faut continuer d'attirer de nouveaux consommateurs, convaincre les gens qu'il vaut mieux acheter un polo de qualité par an, ou tous les six mois, plutôt que cinq qui auraient une tenue moyenne après trois lavages. Et nous travaillons énormément sur la question de la circularité et la seconde main.

G. S. : FULLLIFE EST UNE JEUNE MARQUE CRÉÉE EN 2020, LACOSTE EN 1933. SI VOUS DEVIEZ INVERSER VOS RÔLES, QU'EST-CE QUI VOUS SÉDUIRAIT LE PLUS ?

T. C. : Ça serait une immense fierté, Lacoste est une marque merveilleuse. Quand j'étais petit, je mettais les polos Lacoste portés par mes grands frères ! Et en même temps, je pense que je retrouverais un peu ce que j'ai connu chez Quiksilver, c'est-à-dire toutes les contraintes liées à un historique très important. Je sais à quel point il est difficile de faire bouger les lignes. D'un autre côté, Fulllife joue exactement sur les mêmes ressorts qui ont présidé à la naissance de Lacoste ou même de Quiksilver : créer une marque emblématique pour une communauté. Les tennismen, les surfeurs ; pour Fulllife, les gamers. Nous sommes toujours dans cette logique de passion et d'animation d'une communauté avec qui nous partageons un certain nombre de valeurs.

G. D. B. : Petite précision, Thomas est un entrepreneur, ce qui n'est pas mon cas. Je ne sais pas si je serais capable de créer quelque chose à partir de rien. Je suis admiratif de ceux qui imaginent tout de A à Z, qui embarquent des équipes, qui se confrontent à des nouvelles problématiques, de financement notamment… Je pense que l'adaptabilité est un talent qui est nécessaire dans toutes les entreprises. Il faut pouvoir être capable de se remettre en cause… car rien ne se passe jamais comme prévu mais c'est excitant. Sinon on s'embêterait très vite.

G. S. : AUJOURD'HUI, QUEL EST LE PLUS GRAND DÉFI QUE DOIT RELEVER FULLLIFE ?

T. C. : Le défi de marque. Nous avons déjà remporté celui de l'authenticité. Nous ne pouvons pas prétendre créer une marque pour une communauté si nous ne sommes pas adoubés par elle. Aujourd'hui, beaucoup de gens cherchent à simplement faire de l'argent sur le dos des joueurs de jeux vidéo… Notre volonté est de devenir une marque globale identifiable, comme on reconnaît facilement le crocodile Lacoste.

G. S. : DES SPORTIFS AUX RAPPEURS, LES CONSOMMATEURS DE LACOSTE ONT BEAUCOUP ÉVOLUÉ AU FIL DU TEMPS. ÉTAIT-CE VOULU ? ET COMMENT CHOISIR LA BONNE CIBLE ?

G. D. B. : Nous ne choisissons pas nos consommateurs, c'est eux qui nous choisissent. La marque évolue en permanence : nous sommes passés du polo blanc créé par René Lacoste à une multitude de produits différents. Lacoste bénéficie d'une image "tendance", qui mêle cet héritage classique et l'évolution vers l'univers de la musique, du rap et du streetwear. Pour preuve, nous constatons une vague de jeunes clients (13-14 ans) qui la découvrent et rêvent d'avoir leur premier polo. ● ● ●



GUILLAUME DE BLIC

CEO chez Lacoste Europe

Né le 11 août 1968 à Marseille, il est le cinquième d'une famille de six enfants (trois garçons et trois filles).

Après des études à Marseille et un parcours dans différentes pensions à Beaucaire, Saint-Didier-en-Velay et Carpentras, il obtient un BTS Actions commerciales avec l'envie de travailler très vite.

Il reprend ses études en 2009 et 2010 pour passer un Executive MBA. Fort de trente ans d'expérience sur les marchés de la mode et du luxe dans différentes sociétés comme McCormick et DBApparel en France, il intègre Lacoste en 2016, comme CEO Footwear France puis monte les échelons et passe CEO Europe en 2019 (2100 employés, 170 boutiques sur 15 pays).

Son expertise en réflexion stratégique et management s'ajoute à ses compétences rigoureuses de gestionnaire. Sa caractéristique : sa passion pour les nouveaux défis.

G. S. : COMMENT EXPLIQUER L'INTÉRÊT POUR LACOSTE D'UN PUBLIC JEUNE, VOIRE TRÈS JEUNE, ET, EN MÊME TEMPS, D'UNE POPULATION PRESQUE "ÉLITISTE" ?

G. D. B. : C'est extraordinaire d'avoir une clientèle à la fois très classique et streetwear. Nous faisons beaucoup de collaborations – avec le jeu vidéo Minecraft ou la marque de streetwear Supreme, par exemple – qui permettent de garder la marque jeune et créative. Nous imaginons aussi des évènements comme "Save Our Species", pour la préservation des espèces en voie d'extinction. Nous avions remplacé notre fameux crocodile par l'image de ces animaux menacés. Un animal différent par pays : le lynx d'Espagne (à Paris), le rhinopome du Yémen (à Londres) ou l'antilope blanche (à Berlin). Chaque espèce prenait place sur les polos produits pour l'occasion, mais aussi les tickets de caisse, l'enseigne des magasins… Cet engagement, cette volonté de s'adapter, de changer, de rendre la marque dynamique nous rend visible et attire de nouveau les jeunes.

G. S. : CHEZ FULLLIFE, LES GAMERS SONT VOTRE CŒUR DE CIBLE. ENVISAGEZ-VOUS TOUCHER UN PUBLIC PLUS LARGE ?

T. C. : Les gamers représentent 70 % de la population : le gaming est, de fait, une culture très ouverte et mixte. Les gens jouent en réseau. Certains s'amusent sur leurs téléphones avec Candy Crush, d'autres pratiquent le e-sport sur League of Legends. Il y a vingt ans, le gaming était une activité essentiellement solitaire ; aujourd'hui, c'est une activité hautement sociale avec des jeux en équipe, comme Overwatch, qui réunit des joueurs de tout âge. La diversité est une réalité et nous sommes là pour l'encourager. Nous sommes aussi là pour pousser toutes les valeurs positives autour du gaming et être le plus inclusif possible. Rassembler les générations, les sexes et les origines : le gaming n'a pas de frontières.

G. S. : FULLLIFE EST LA PREMIÈRE ENTREPRISE À S'ÊTRE INSTALLÉE AU CONNECTEUR. POURQUOI CE CHOIX ?

T. C. : Quand j'ai quitté Quiksilver, j'avais une vraie volonté de rester au Pays basque. Puis, en travaillant sur le projet Fulllife avec Alexandre, nous nous sommes demandé s'il ne fallait pas établir nos bureaux à Paris. C'était juste avant la pandémie. Très vite, nous nous sommes rendu compte que nous étions capables de construire une entreprise globale



depuis Biarritz. Quand nous avons eu connaissance du Connecteur, nous avons trouvé notre siège social, les bons outils pour développer, un écosystème d'entreprises intéressantes et structurées, de financeurs, de prestataires et une dynamique professionnelle enthousiasmante. Quand on est une petite entreprise, nous avons besoin de partager avec d'autres entrepreneurs. Pour moi, c'était vraiment la valeur ajoutée du projet, au-delà même de l'infrastructure qui est superbe. Au fur et à mesure que les entreprises arrivent et s'installent, on est ravis de les accueillir et de partager des moments.

G. S. : JUSTEMENT, GUILLAUME, APRÈS AVOIR PASSÉ QUELQUES JOURS AU CONNECTEUR AVEC TON ÉQUIPE, QUEL EST TON RESSENTI ?

G. D. B. : J'ai trouvé un lieu de vie, de rassemblement et de connexion. Avec la Covid, je trouve ça extrêmement intéressant d'avoir en région des lieux comme ça où les gens peuvent travailler à distance et se retrouver. Après avoir passé dix-huit mois à travailler à distance, en visio conférence, l'un des grands enjeux pour nous est de reconnecter les équipes. Pour toutes les entreprises, il s'agit de retrouver ce que les gens ont perdu… Sans oublier, ceux qui ont choisi de quitter les grandes villes et se sont trouvés complètement isolés derrière leurs écrans. Travailler là où certains salariés ont envie de vivre leur permet à la fois de créer un lien dans le tissu local et, en même temps, d'être connectés avec les autres.

G. S. : QUELS SONT LES OBJECTIFS, À COURT TERME, DE FULLLIFE ET LACOSTE ?

T. C. : La prochaine étape est l'international. Aujourd'hui, nous livrons dans le monde entier mais l'activité n'est pas encore lancée officiellement… Notre ambition est de devenir une marque globale ; nous pouvons déjà compter sur un certain nombre de partenariats très importants dans les cartons… qui seront déballés en 2022 et qui donneront certainement une accélération et une autre dimension à la marque.

G. D. B. : Gagner d'autres défis, notamment celui de se développer sur l'univers de la sneaker. Face aux géants Adidas et Nike, c'est un véritable défi, passionnant, avec des relais de croissance très importants dans un domaine très lié avec le streetwear et les tendances actuelles. ●



@ Andrés Rodríguez



THOMAS CHAMBOLLE

Co-fondateur de la marque de vêtements streetwear inspirés du gaming Fulllife

Né à Bayonne le 2 juillet 1973, Thomas Chambolle est ingénieur civil des mines, diplômé de l'École des mines de Saint-Étienne et de l'École supérieure du pétrole et des moteurs en économie et gestion.

Il débute sa carrière en 1998 chez BNP Paribas à Francfort en tant qu'analyste crédit. De retour en France, il rejoint le groupe PSA Peugeot Citroën comme responsable des analyses économiques et financières.

En 2008, il fait un passage d'un an à la présidence de la République au poste de chargé de mission avant de rejoindre René Ricol à la médiation du crédit aux entreprises.

Début 2010, il devient associé gérant chez Ricol Lasteyrie. Trois ans plus tard, il intègre le groupe de textile lifestyle Quiksilver, devenu Boardriders, qu'il refinance et restructure en tant que directeur financier puis président Europe.

En 2020, il lance la première marque de vêtements lifestyle inspirée de la culture du gaming et de l'export avec Alexandre Malsch.

UNE JOURNÉE TALENTUEUSE AVEC ABL EMPLOI

JOB DATING, CONFÉRENCE INITIATIQUE, CONCERT DU GROUPE KALAKAN… EN SYNERGIE AVEC L'ÉQUIPE ÉVÈNEMENTIELLE DU CONNECTEUR, KRISTOF BABIN, DIRECTEUR DE LA SOCIÉTÉ ABL EMPLOI, A IMAGINÉ UN PROGRAMME COMPLET SUR LE THÈME DE L'EMPLOI ET DES SAVOIR-FAIRE. RETOUR SUR CETTE JOURNÉE REMARQUABLE.



Mettre l'humain au cœur de ses relations de travail, tel est le credo de Kristof Babin. Après trente ans passés dans le monde du service aux entreprises et dix dans la gestion d'un hôtel, l'entrepreneur reprend en 2020 la société ABL Emploi *(contraction de "aldi baterako lana", qui signifie travail temporaire, en basque, ndlr)*, alors en difficulté. Entouré de son équipe, il prend à bras le corps les questions majeures liées à l'évolution du monde du travail, rencontre les principaux acteurs du secteur Pays basque-Landes et développe des actions concrètes pour pallier les manques : *"Nous avons imaginé de nouvelles actions pour faire bouger les lignes, comme les 'journées de l'emploi', qui permettent de créer des synergies entre les offres et les demandes d'emploi"*, explique t-il.

En parallèle, pour contrer un système de précarité systématique, ABL Emploi embauche… et propose des "CDI intérimaires", qui offrent des contrats réguliers d'accompagnement et de formation. Une stratégie efficace qui motive et rassure les demandeurs d'emploi, tout en assurant une qualité de travail aux employeurs. Et à Kristof Babin d'ajouter : *"Sur notre site, nous proposons continuellement entre 200 et 250 postes à pourvoir. De plus, nous avons mis en place des partenariats avec tous les grands job boards du marché sur les réseaux sociaux."*

> ***"Nous devons être novateurs et créatifs pour aider les candidats à aller vers la réalité du marché"***

Et pour aller encore plus loin, après une visite "coup de cœur" en juillet dernier au Connecteur, Kristof Babin propose à la responsable évènementiel Charlotte Pellé *(dont l'interview est à retrouver dans ce numéro, p. 72)*, un programme gratuit et ouvert à tous, autour de la valorisation des talents au Pays basque. Banco. Mi-septembre, la journée débute avec un job dating. Plus de 150 candidats y déposent leurs CV et échangent sur leurs problématiques d'embauche avec l'équipe ABL Emploi : *"Rencontrer les candidats nous permet de faire le point ensemble. Parfois, leurs attentes ne sont pas compatibles avec le monde du travail donc à nous d'être novateurs, créatifs et de leur apporter des solutions pour les aider à aller vers la réalité du marché."* S'ensuit une conférence sur le développement personnel menée par le charismatique Stephan Maighan, notamment médaillé d'honneur au Canada pour son implication auprès des jeunes et des personnes en difficulté. *"J'ai tout fait pour le convaincre de venir ici… Quand je lui ai dit que nous travaillions avec la mission locale, ça l'a convaincu et il nous a bluffés en retour par son approche de la vie"*, confie Kristof Babin. Plus tard, les festivités se sont terminées avec un concert des Kalakan, accompagnés de danseurs basques dans l'Atrium et le Forum. "Hitza Hitz", les valeurs du Pays basque autour de l'engagement, la parole tenue et la droiture n'ont jamais été aussi bien respectées. ●

QUE VISE L'ASSOCIATION DU PAYS BASQUE AUX GRANDES ÉCOLES ?

LE 21 AOÛT DERNIER, LE CONNECTEUR ACCUEILLAIT LA SIXIÈME ÉDITION DES UNIVERSITÉS D'ÉTÉ DE L'ASSOCIATION DPBGE – QUI AGIT POUR L'ÉGALITÉ DES CHANCES ET LE DÉVELOPPEMENT DU TERRITOIRE – SUR LE THÈME : "RÉINVENTER LE TERRITOIRE". PRÉSENTATIONS.

Lorsqu'il a conçu et financé Le Connecteur, l'ambition du Crédit Agricole Pyrénées Gascogne ne se résumait pas seulement à la construction d'un bâtiment de services et d'événementiel en plein cœur de Biarritz. Utilité au territoire, lien intergénérationnel, développement économique, ouverture aux autres, ancrage culturel, partage, hybridation d'idées… étaient autant d'objectifs à atteindre pour ce lieu. Pour être fidèle à cet état d'esprit et soutenir, accompagner, donner de l'espace et de l'ampleur à des initiatives vertueuses et généreuses, Le Connecteur a accueilli les universités d'été de l'association Du Pays basque aux grandes Écoles (DPBGE), fin août.

"Depuis maintenant huit ans, l'association DPBGE lutte contre le retard d'accès des lycéens du Pays basque dans les filières sélectives du supérieur et s'engage à reconnecter les jeunes diplômés avec les forces vives du territoire. Ce rendez-vous au Connecteur était l'occasion d'un dialogue entre les générations et les domaines d'expertise", souligne Maitena Echeverria, membre de l'association et organisatrice de l'événement.

"Au cours de cette journée qui a rassemblé des membres de l'association, des partenaires et des acteurs économiques et associatifs du Pays basque, les débats étaient axés sur deux enjeux majeurs sur le territoire : l'immobilier et l'économie circulaire. La crise du logement, touchant en particulier les plus jeunes – pouvant freiner de beaux projets de vie –, et la production de biens et services, devant s'adapter face au dérèglement climatique.

Sans le soutien apporté par Le Connecteur, l'événement n'aurait sans doute pas eu le même écho. Ce fut pour nous un réel plaisir et honneur de pouvoir y organiser cet évènement et bénéficier de l'aide de son équipe ainsi que de ses infrastructures modernes et adaptées aux mesures sanitaires. Le Connecteur et son équipe ont permis à notre université d'été d'être un moment convivial, source d'idées et de synergies." ●

Dupaysbasqueauxgrandesecoles.org



BIENVENUE AUX NOUVEAUX RÉSIDENTS

TOUS LES MOIS, DES SOCIÉTÉS CHOISISSENT DE REJOINDRE LE CONNECTEUR. FOCUS SUR QUATRE D'ENTRE ELLES.

LE TOURISME BASQUE : AGENCE ÉVÉNEMENTIELLE ET RÉCEPTIVE

Issue d'une entreprise de transport familiale (Le Basque Bondissant), cette agence de voyage événementielle propose deux services distincts et complémentaires : la partie réceptive locale pour programmer des séminaires, congrès et meetings sur-mesure dans le Pays basque et la partie agence de voyages, dans la même région, à destination du grand public. "*Profondément attachés à notre culture et nos racines, nous avons tissé des liens très forts avec nos prestataires locaux. Ainsi, nous pouvons créer et imaginer des concepts de soirées, des programmes d'activités, des réservations d'hôtels et des voyages à la carte.*" Si l'agence fait partie du réseau Sélectour, elle se plie en quatre pour trouver le voyage le plus adapté à vos besoins… et avec passion ! "*Nous proposons des séjours sur-mesure pour des groupes, de 10 à 2500 personnes.*" S'installer au Connecteur facilitera ainsi le travail collégial, tout en bénéficiant de locaux techniques et adaptés pour recevoir des congrès, comme l'Auditorium de 300 places. Le choix du bon sens !



Tourisme-basque.com
Ier étage - Aile Ouest - Lhotse



LOJELIS : CABINET DE CONSEILS EN SERVICES TECHNOLOGIQUES ET ÉDITEUR DE SOLUTIONS

Spécialiste du numérique, Lojelis accompagne depuis près de quinze ans les entreprises dans l'optimisation de leurs systèmes d'informations. ERP, big data, développement d'outils digitaux spécifiques… la société propose une expertise complète, flexible et agile, et intervient pour tout type d'activités et de problématiques. Résolument tourné vers l'avenir, le cabinet travaille également sur des projets de R&D, en proposant des solutions innovantes dans les domaines de la mobilité, de l'environnement et de la santé. Fondée en 2005 en Auvergne, l'entreprise s'est développée et a ouvert de nombreuses agences, en France et à l'international. La toute nouvelle agence, portée par Phillip van der Merwe, a bénéficié d'une arrivée remarquée au Connecteur, puisqu'elle y a organisé la soirée de lancement de son projet "Mission Hydrogène", en octobre dernier. L'idée ? Traverser la France, depuis Biarritz jusqu'à Lille, à bord d'un véhicule hydrogène pour présenter la plateforme numérique et faciliter le développement de cette mobilité.

Lojelis.com/fr/
Ier étage - Aile Ouest - Alpamayo



JOYA : AGENCE DE COMMUNICATION ET COACHING POUR ENTREPRENEURS DU BIEN-ÊTRE

Depuis 2016, Prescillia Alliot accompagne et révèle l'identité professionnelle de plus de 300 thérapeutes, coachs et praticiens. "*Pouvoir partager mon propre processus de révélation m'a permis de croire en moi et de créer la première agence de révélation d'identité professionnelle pour thérapeutes en France.*" Après un master de design à Paris, elle part vivre et explorer le monde des agences de pub en Amérique latine, où elle travaille au service du président équatorien, Rafael Correa. Après sept ans, elle se lance seule et souhaite porter une vision plus humaine du métier de la communication. "*J'avais le rêve d'aider les jeunes entrepreneurs du bien-être à se mettre en lumière pour qu'ils puissent eux aussi aider d'autres personnes à évoluer….*" Son point fort ? Fille de thérapeute, elle a une grande connaissance de cet univers et des différentes techniques : "*Chaque thérapeute est différent et, à travers le processus de création de leur logo ou de leur site web, je les coache pour reconnaître en eux leur valeur ajoutée et mettre en lumière leur pratique unique, de façon simple, claire et alignée. Ma profonde conviction est que la réussite d'une entreprise repose en grande partie sur la confiance en soi et la valorisation de sa propre expérience. Plus on croit en soi, plus on réussit !*"

Joyacom.com
Ier étage - Aile Ouest - Fuji

BENJAMIN TINTIGNAC : DIRECTEUR GÉNÉRAL D'ENOVA ENERGIE

Diplômé de l'IDRAC en 2005 et du CNAM en 2009, Benjamin compile quatorze ans d'expérience dans le domaine des énergies renouvelables en France et à l'étranger. Il débute sa carrière en Allemagne dans l'aérospatiale au sein d'Airbus. Lors d'un déplacement professionnel dans la région de Stuttgart, il tombe sur un parc éolien : c'est une véritable révélation ! "*J'ai toujours voulu donner du sens à mon travail, d'où mon enthousiasme pour le développement des énergies renouvelables. D'abord, chargé de projets éoliens en France, j'ai élargi mon champ d'action à tous les segments de marché (hydraulique, photovoltaïque, biomasse…) notamment en Italie et au Royaume-Uni.*" La société Enova Energie, filiale du groupe Enoe, qu'il dirige est née officiellement en septembre 2021. En étroite collaboration avec les collectivités locales, des propriétaires terriens privés et industriels, l'entreprise accompagne ces partenaires dans le déploiement des énergies renouvelables. De Lille à Marseille, son but est de devenir un acteur incontournable du marché en intégrant les parties prenantes aux projets (crowdfunding, redistribution fiscale, partenariat).

Enoe-energie.fr
2ème étage - Aile Est - Plitvice



LE STUDIO
AUDIOVISUEL RÉALISE VOS VIDÉOS PROMOTIONNELLES

LE MATÉRIEL VOUS MANQUE ? VOUS N'AVEZ PAS D'IDÉES DE SCÉNARIO ? TÉMOIGNER DEVANT UNE CAMÉRA VOUS GLACE ? OU VOUS PRÉFÉREZ TOUT SIMPLEMENT LAISSER LA MAIN À DES EXPERTS ? NOTRE STUDIO PHOTO ET VIDÉO A ÉTÉ PENSÉ POUR RÉPONDRE À VOS BESOINS. VISITE GUIDÉE.



Au Connecteur, la dimension audiovisuelle est centrale. Aujourd'hui, d'ailleurs, difficile de s'en passer. C'est la raison pour laquelle le bâtiment offre la possibilité de réaliser, dans un studio tout équipé, des shootings photos, des tournages, des vidéos corporate ou produit ou encore des émissions en direct ou enregistrées aux résidents du Connecteur, bien sûr, mais aussi aux entreprises extérieures.

Si les espaces événementiels – Auditorium et Amphithéâtre – sont proposés avec un régisseur afin de garantir une expérience optimum, il en est de même pour le Studio photo-vidéo. Équipé d'un matériel à la pointe (caméras, appareils photo, éclairages, micros), d'une régie et d'une loge, le Studio est également géré par un professionnel, Paul Hours *(dont l'interview est à retrouver, p. 69)* assure une prestation de qualité et accompagne vos projets (scénarisation, tournage, captation et montage).

“ Nous avions un besoin important de présenter nos produits et une mise en avant de nos valeurs. Pour cela, il nous fallait des visuels en accord avec celles-ci, tout en ayant un rendu de qualité. Nous avons donc fait appel au Studio photo du Connecteur. Hugo et moi n'étant pas acteurs et n'ayant jamais été sous le feu des projecteurs, nous avons été guidés par Paul, qui a notamment travaillé sur notre diction afin qu'elle soit claire et naturelle. Dans une volonté d'excellence, il a souhaité que nous ayons nos propres visuels de paysages et est donc allé les filmer ! Enfin le cadrage, le montage, le choix des musiques et l'enchaînement des différents plans que Paul a effectués de A à Z, ont permis d'avoir la vidéo dynamique et impactante que nous souhaitions. ”

Eneko Galerne, CEO et CTO chez Galeko.

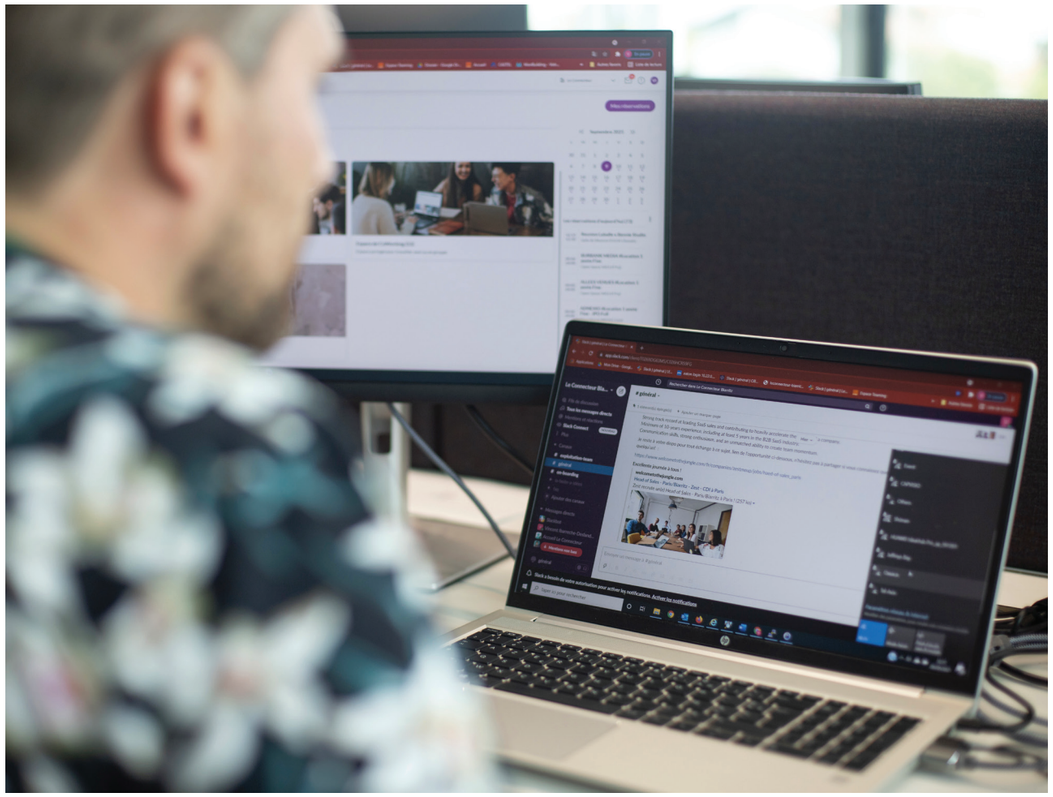
“ Nous sommes deux jeunes entrepreneurs qui n'ont pas ou peu d'expérience dans le domaine de l'audiovisuel. Il nous fallait une vidéo au format court pour présenter une campagne de crowdfunding. Pour pouvoir réussir ce type de campagne, il advient d'avoir un message concis et impactant. Nous avons eu le plaisir de travailler avec Paul qui, fort de ses années d'expérience au sein du groupe France Télévisions, a su nous guider et nous conseiller pour que le fruit de notre travail commun soit optimisé. De même, il nous a aidés à simplifier notre message et nous a accompagnés sur le tournage de quelques scènes au sein de la forêt d'Iraty. Le studio du Connecteur est donc tout-terrain. C'était un réel plaisir de travailler avec ce dernier et nous n'hésiterons pas à le solliciter de nouveau. ”

Hugo Bos, CMO et COO chez Galeko.

Un projet ? Une question ? Une demande ?
Contactez l'équipe audiovisuel du Connecteur au 07 86 96 II 76 ou, par mail, à studio@leconnecteur-biarritz.fr. Nous sommes là pour vous répondre et vous accompagner.

DES APPLICATIONS FACILITATRICES D'ÉCHANGES

PRATIQUES, INSTINCTIVES ET FACILES D'ACCÈS, LA PLATEFORME SLACK ET L'APPLICATION LE CONNECTEUR SIMPLIFIENT LES INTERACTIONS ENTRE LES RÉSIDENTS, TOUT EN CRÉANT DU LIEN. POUR PREUVE, ELLES ONT DÉJÀ ÉTÉ ADOPTÉES PAR L'ÉQUIPE DU PÔLE DIGITAL. GILLES SONOU, RESPONSABLE DU DÉVELOPPEMENT ET DU DIGITAL, NOUS EXPLIQUE POURQUOI.



L'utilisation d'applications s'est imposée comme une évidence lors de la mise en place des prestations de coworking pour les résidents du Connecteur. *"Ce bâtiment est un lieu de rencontres et de services,* rappelle Gilles Sonou, *en charge du digital et du business développement. Mettre à disposition des outils collaboratifs 2.0 simples d'utilisation semblait cohérent avec notre volonté de faciliter la vie et le travail au quotidien de tous."*

Ainsi, le jour de son entrée au Connecteur, chaque nouvel arrivant reçoit un kit de bienvenue contenant, entre autres, des codes et identifiants pour accéder à deux applications utilisables en interne : Slack et Le Connecteur *(voir encadré ci-contre).*

Au-delà de leur vocation de service, ces applications vont également aider à quantifier et qualifier les usages de chacun : *"À titre d'exemple, il sera possible à moyen terme d'avoir une vision sur les salles de réunion les plus demandées et à quels horaires,* précise Gilles Sonou. *Nous pourrons ainsi ajuster notre offre, nos tarifs, et satisfaire le plus de demandes possibles."* Si pour le moment ces applications internes sont à la disposition des résidents postes fixes uniquement, elles devraient prochainement s'ouvrir aux postes flex, en particulier l'application Le Connecteur. ●

ZOOM SUR...

L'APPLICATION LE CONNECTEUR

Les résidents ont accès à l'application Le Connecteur, élaborée en marque blanche et dérivée de l'application Witco (ex-MonBuilding), qui permet d'améliorer la communication entre les habitants d'un même lieu, de favoriser la création d'une communauté et d'accéder à toutes les prestations disponibles sur place, comme la réservation des salles de réunion ou la gestion des crédits d'impression.

COMMENT ÇA MARCHE ?

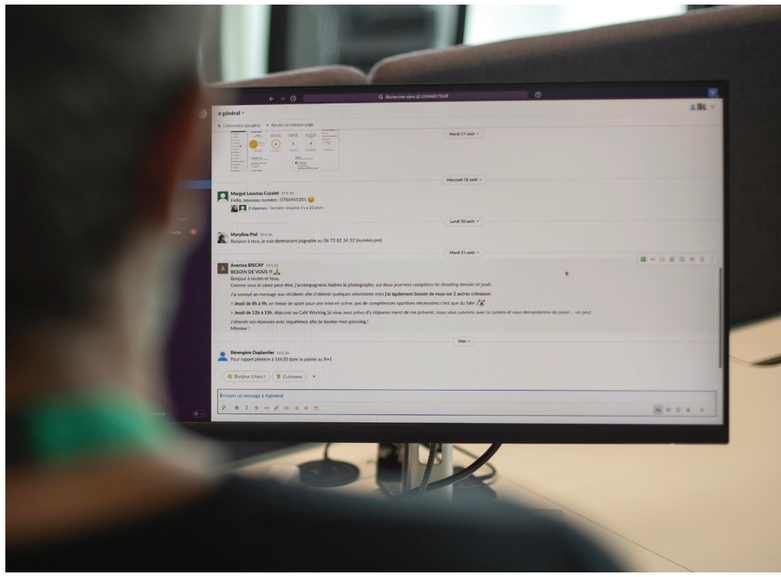
Si chaque résident peut en contacter un autre (comme sur Slack) ou l'inviter à participer à une réunion ou à un rendez-vous, l'application a essentiellement une vocation de service. Ses différentes fonctionnalités permettent en effet de poser n'importe quelle question directement à l'équipe d'exploitation, de leur remonter un incident ou un problème technique interne, ou encore de réserver une salle de réunion. De plus, des informations sur les événements et les manifestations qui rythment la vie du Connecteur sont disponibles en temps réel. Quant aux invités venant rendre visite aux résidents, ils sont annoncés via le Lab Connecteur. À venir également sur l'application : une market place, ainsi que l'accès aux services de conciergerie.

L'APPLICATION SLACK

Lancée en 2014, Slack est une plateforme de communication collaborative accompagnée d'un logiciel de gestion de projet (même si cette fonctionnalité n'est pas utilisée au sein du Connecteur). Très connue des entrepreneurs et simple d'utilisation, elle est apparue comme incontournable en interne pour faciliter les interactions entre les résidents et les différentes équipes.

COMMENT ÇA MARCHE ?

Chacun choisit de faire apparaître son nom, sa fonction et son entreprise sur l'application, permettant à tous de le contacter et d'échanger. Slack favorise le partage enrichissant des expériences, une diffusion large et rapide des informations, voire la mise en place de collaborations professionnelles entre deux entreprises ayant besoin l'une de l'autre.



NUMÉRIQUE : OÙ SONT LES FEMMES ?

DES BANCS DE L'ÉCOLE AU MARCHÉ DU TRAVAIL, LES FEMMES S'ACCROCHENT POUR SE FAIRE UNE PLACE DANS CE SECTEUR, POURTANT EN PLEIN ESSOR. EN FINANÇANT UNE FORMATION DESTINÉE AUX FEMMES, INDARRA PARTICIPE À L'INVERSION DE CETTE TENDANCE AU PAYS BASQUE.

Si le secteur du numérique **(1)** est omniprésent et de plus en plus attractif, il reste majoritairement masculin : seuls 30 % des postes qui y sont liés sont occupés par des femmes. "*Si elles accèdent à certains emplois comme ceux de chef de projet digital, community manager ou web designer, elles s'orientent beaucoup moins vers les fonctions techniques*", constate Caroline Phillips, Basque d'adoption et présidente de l'agence web Pic Digital, fondée il y a vingt-cinq ans. En effet, 16 % d'entre elles occupent ce genre de poste.

Pourtant, dans les années 60, beaucoup de femmes étaient aux manettes de postes techniques dans le numérique, comme ceux de codage ou de programmation. Vingt ans plus tard, 35 % des emplois d'informaticiens en France sont encore occupés par des femmes. Alors pourquoi la donne s'est-elle inversée ? L'histoire a en réalité souvent montré que lorsqu'un champ du savoir devenait un enjeu stratégique et gagnait en prestige, il se masculinisait. Dans son livre *Les oubliées du numérique* paru aux éditions Le Passeur en 2019, Isabelle Collet apporte un élément de réponse : "*Les fantasmes de pouvoir qui ont accompagné la naissance de l'ordinateur faisaient davantage partie de la socialisation des hommes que de celle des femmes. En effet, si celles-ci ont la charge de la transmission des règles de la société (en particulier vers les enfants), elles ne sont pas supposées les écrire.*"

RENDRE LE MONDE DU NUMÉRIQUE PARITAIRE ET INCLUSIF

La sous-représentation des femmes dans le secteur du numérique est aussi le résultat de modèles ancrés dans l'inconscient collectif. L'informatique, associée au sciences et techniques, s'est imposée comme une matière destinée aux garçons. "*Nous sommes conditionnés par notre environnement familial, nos professeurs, notre société, dans cette idée que les filles ne sont pas faites pour les sciences,* reprend Caroline Phillips. *C'est difficile de s'affranchir de ces carcans imposés depuis si longtemps.*" Pour favoriser l'inclusion des femmes et faire sauter les freins psychologiques qu'elles s'imposent parfois elles-mêmes, le fonds de dotation Simplon Foundation (dont la mission est de faire du numérique un levier d'innovation sociale, d'inclusion et d'emploi) a lancé une formation réservée aux femmes, #Hackeuses (voir ci-contre). "*Cet environnement unisexe aide les apprenantes à se faire confiance et à se détacher d'un sentiment d'imposture, souvent ressenti par les femmes*", poursuit Caroline Phillips, marraine des #Hackeuses. Une action qui entend "*rendre le monde du numérique paritaire et inclusif*", comme le conclut Lyoko Miyoshi, déléguée générale de Simplon Foundation. Et qui s'inscrit dans l'ambition évidente de ne plus exclure la moitié de la société – les femmes – du monde numérique de demain. ●

(1) *Le secteur du numérique désigne le secteur d'activité économique relatif aux technologies de l'information et de la communication, à la production et à la vente de produits et services numériques.*



"Chez Indarra, nous sommes fiers de contribuer à ce genre de projet"



SOPHIE LE GUYADER

Déléguée générale du fonds Indarra

COMMENT INDARRA ŒUVRE POUR INVERSER CETTE TENDANCE À LA SOUS-REPRÉSENTATION DES FEMMES DANS LE NUMÉRIQUE ?

L'ambition du fonds de dotation Indarra est d'être un accélérateur et un inspirateur pour accompagner les transformations de nos territoires et en valoriser les talents. Face au constat de la faible présence des femmes dans le secteur du numérique, nous avons souhaité agir en finançant le programme de "préqualification" #Hackeuses dans un territoire éloigné des grandes métropoles. Initiée à l'origine par la Simplon Foundation partout en France, cette formation, lancée pour la première fois au Pays basque en septembre dernier, est destinée aux femmes en recherche d'emploi et désireuses de s'initier aux métiers du numérique. L'objectif est de favoriser leur inclusion dans ce secteur.

QUEL EST LE CONTENU DE CETTE FORMATION ?

#Hackeuses propose 210 heures de formation gratuite aux compétences numériques fondamentales, étalées sur six semaines. Elle s'organise autour de quatre axes : une initiation à la programmation ; la découverte d'un large panel de métier du numérique ainsi que des besoins de recruteurs et des voies de formation ; une aide pour élaborer son projet professionnel dans les métiers du numérique ; un accompagnement à destination de ces femmes éloignées du numérique ou du monde du travail pour développer leur confiance en elles, leur curiosité et leur esprit d'équipe.

COMMENT S'EST DÉROULÉE LA FORMATION ?

Cette année, elles étaient dix-huit – de 22 à 62 ans – à suivre la formation. Leurs profils étaient très variés, avec ou sans diplômes. Ces semaines d'apprentissage, pilotées par les équipes de Simplon.co Nouvelle-Aquitaine, ont permis à ces femmes d'être valorisées et orientées dans un cadre bienveillant, elles qui se trouvaient parfois au chômage, éloignées du monde du travail et indécises sur la voie à suivre. #Hackeuses n'est pas une formation qualifiante, mais délivre à celles qui l'ont suivie une certification pour valoriser leurs compétences et a pour vocation d'aider ces femmes à préparer un parcours de formation dans le secteur du numérique. Nous sommes fiers chez Indarra de contribuer à ce genre de projet concret et humain dont l'impact sur les territoires ne pourra qu'être bénéfique.

“INTÉGRER CE PROGRAMME PERMET AUSSI DE VIVRE UNE AVENTURE HUMAINE”

DEPUIS SON LANCEMENT EN 2020, LE VILLAGE BY CA BIARRITZ ACCOMPAGNE LES ENTREPRENEURS AU COURS DES DIFFÉRENTES ÉTAPES DE LEUR CROISSANCE. RENCONTRE AVEC SARAH LANGNER, FONDATRICE DE MAREHLA, QUI A PARTICIPÉ À LA SAISON 2 DU PROGRAMME D’ACCÉLÉRATION.



La marque Pyloow propose des accessoires de décoration en matières naturelles, locales et recyclées.





EN 2019, VOUS AVEZ LANCÉ MARELHA, UNE AGENCE DE DÉVELOPPEMENT DE TEXTILES PYRÉNÉENS. QUAND EST NÉE L’IDÉE ?

J’ai toujours eu envie d’entreprendre et de gérer une société. C’était une évidence et, déjà durant mes années d’études, le projet Marelha était en cours de réflexion. Je suis née à Tarbes et ma famille est installée dans la vallée d’Aure : la laine et les moutons ont toujours fait partie de mon environnement. J’ai un fort attrait pour le textile, les matières nobles et les fibres naturelles. J’en ai fait mon métier.

QU'EST-CE QUI VOUS ATTIRE DANS L'ENTREPRENEURIAT ?

Lors de mes différents stages et alternances, j’étais frustrée de n’être qu’un maillon de la chaîne… J’aime la polyvalence, l’organisation, l’anticipation que me demande la gestion d’une entreprise. En réalité, j’ai toujours souhaité mener un projet de A à Z et j’ai une peur bleue de la routine.

EN 2018, VOUS AVEZ BÉNÉFICIÉ D’UN PREMIER ACCOMPAGNEMENT, PROPOSÉ PAR ETICOOP *(UNE STRUCTURE DE DÉVELOPPEMENT DE L’ENTREPRENEURIAT DÉSORMAIS INTÉGRÉE AU VILLAGE BY CA BIARRITZ AVEC LE “BOOTCAMP BY ETICOOP”, NDLR).* QUE VOUS A-T-IL APPORTÉ ?

Cet accompagnement est arrivé au bon moment : j’avais eu le déclic et voulais me consacrer à 100 % à mon projet. Les rendez-vous avec le groupe et les différents experts – stratégie, communication, juridique… –, deux à trois fois par semaine, poussent à agir et sortir de l’isolement dans lequel peut parfois conduire la création d’entreprise. On se challenge, on se fait “chahuter”, mais tout cela dans le bon sens. Nous étions une promo de huit, avec des projets complètement différents, mais tous reliés par les mêmes valeurs autour de l’innovation : d’usage, sociale, environnementale… Certains liens ont perduré. C’était très intéressant et je le recommande aux entrepreneurs en phase de démarrage, avant de se lancer véritablement dans la commercialisation.

MARELHA ÉTAIT UNE TRÈS JEUNE ENTREPRISE AU MOMENT DE LA CRISE SANITAIRE. COMMENT L’AVEZ-VOUS TRAVERSÉE ?

L’épidémie a généré un certain engouement des consommateurs pour les marques françaises travaillant avec des matières et des produits sourcés localement. Cela a donc finalement été une période plutôt positive pour l’entreprise.

EN FÉVRIER 2021, VOUS INTÉGREZ LE “PROGRAMME D’ACCÉLÉRATION” DU VILLAGE BY CA BIARRITZ, UN ACCOMPAGNEMENT SUR SIX MOIS. POUVEZ-VOUS NOUS EN DIRE PLUS ?

Pendant cette période de Covid, nous nous sommes concentrés sur notre marque, Pyloow, spécialisée dans les objets écoresponsables dédiés à l’univers de la maison. Le programme d’accélération s’articule autour de l’optimisation et du perfectionnement de l’approche commerciale. Avec la commercialisation, la gestion des aléas du quotidien prend une place importante et on en oublie de réfléchir, c’est une vraie difficulté. Ce programme nous permet de nous poser, de prendre le recul nécessaire face aux évènements, de réfléchir à ce que l’on est en train de faire et d’en discuter collectivement. Des experts et des entrepreneurs interviennent régulièrement pour partager leurs expériences et n’hésitent pas à nous associer à leur réseau, c’est une chance. Le profil des entreprises accompagnées, extrêmement varié, apporte une vraie richesse. Intégrer ce programme permet aussi de vivre une aventure humaine, avec des entrepreneurs de tout horizon et de tout âge.

C’EST UNE EXPÉRIENCE QUE VOUS RECOMMANDERIEZ ?

Oui ! Je dois reconnaître que j’étais assez frileuse à l’idée de m’engager aux côtés d’une banque, j’avais peur de la relation que cela pouvait créer. J’ai été très vite rassurée et ravie de tout le soutien dont j’ai pu bénéficier au niveau de l’accompagnement, de la mise en relation ou dans la prise de risque. Aujourd’hui, j’ai vraiment l’impression d’appartenir à un réseau. Si c’était à refaire, je le referai sans hésiter ! ●

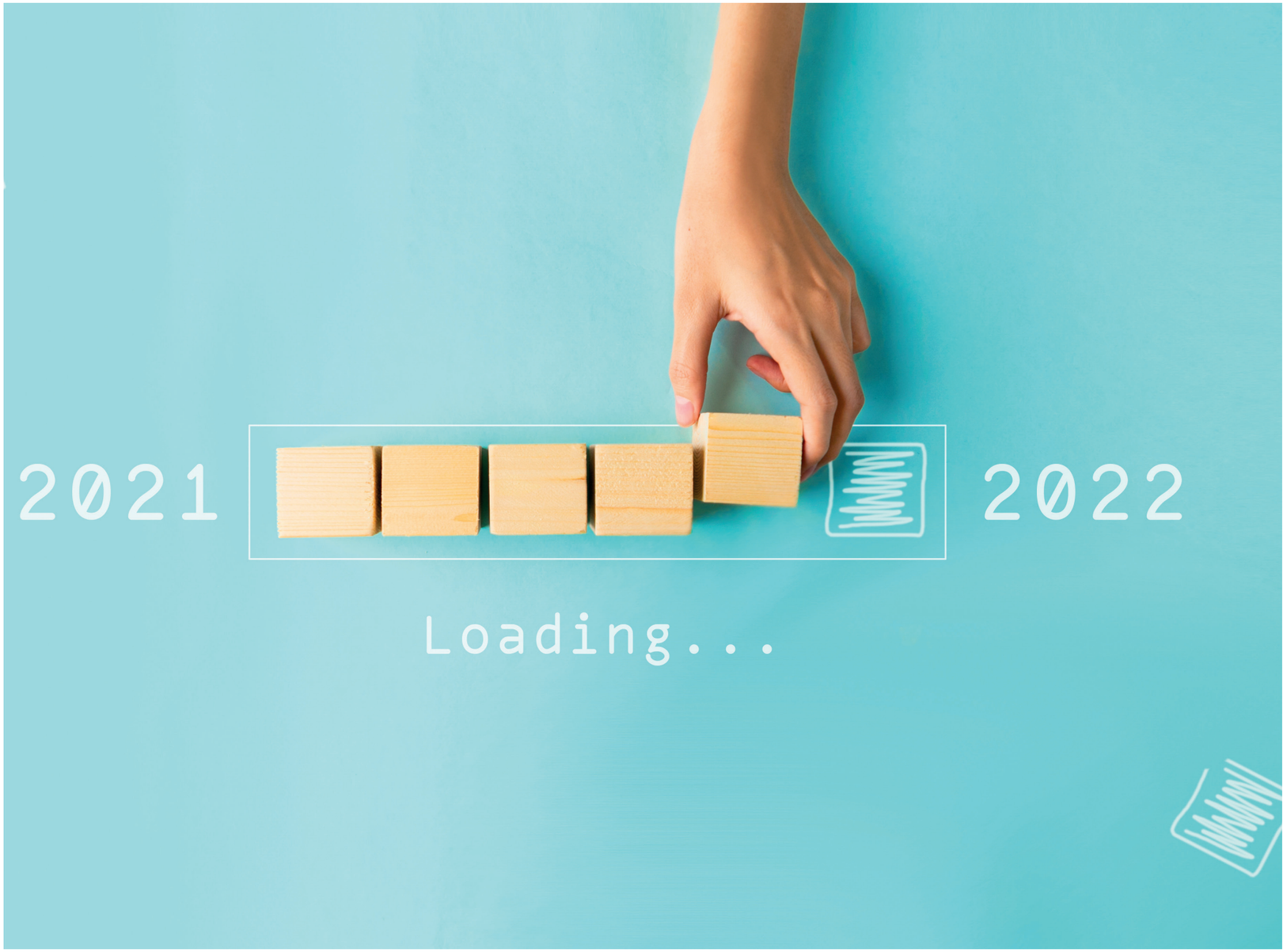
Marelha.fr, @atelier_marelha
Pyloow.fr, @pyloow_pyrenees

“*Nous savons que le parcours des entrepreneurs est jonché d’obstacles. Bien se lancer est indispensable : un mauvais démarrage est souvent rédhibitoire… Réussir à changer d’échelle une fois son business lancé l’est tout autant pour pérenniser son activité et c’est la raison pour laquelle nous proposons un accompagnement de qualité avec des programmes adaptés. Pour bien démarrer, le “Bootcamp by ETICoop” s’appuie sur ce qui a fait la réussite d’ETICoop depuis 2013 : structuration, test marché, émulation collective. Le “programme d’accélération”, quant à lui, s’adresse aux entrepreneurs issus de TPE, de PME ou de start-ups, ayant déjà une activité commerciale. On y travaille le go-to-market, la qualité d’exécution et les leviers d’acquisition pour accélérer leur business.*”

Erika Solans (directrice ETICoop) et Nicolas Layous (Village by CA).

Plus d’infos sur Joinlevillage.com.

TENDANCES BUSINESS.



Le monde d'après-Covid, c'est maintenant. Boostée par des prévisions plutôt optimistes pour l'année à venir, la conjoncture économique semble de bon augure.

On nous avait prédit une récession pire que celle de 1929, une explosion du chômage et des faillites à la chaîne… Si la crise de la Covid-19 a touché de façon durable les économies mondiales, force est de constater que la situation n'est pas si sombre, y compris en France. Des secteurs porteurs avant 2020 ont confirmé leur omniprésence sur les marchés et d'autres, à l'agonie durant les confinements, ont réussi à sortir la tête de l'eau et se retrouvent même en hausse d'activité en 2021. "*Cette crise sanitaire est hors normes et a impacté les marchés de façon totalement imprévisible,* note Mathieu Plane, directeur adjoint du département analyse et prévision à l'Observatoire français des conjonctures économiques (OFCE). *Jamais le monde n'avait connu une si grande variation entre des secteurs qui ont plongé et d'autres qui ont tenu le coup.*" Au cœur de la tourmente, les prévisions économiques laissaient peu de place à l'optimisme et participaient au climat anxiogène ambiant, saturé de projections parfois alarmistes, tant sur le plan sanitaire que social ou financier.

Pourtant, conséquence majeure des confinements, l'épargne exceptionnelle des ménages français influe aujourd'hui sur les marchés : 180 milliards d'euros d'épargne cumulés sont attendus d'ici la fin de l'année 2021, selon François Villeroy de Galhau, gouverneur de la Banque de France. Une "épargne Covid" qui va jouer sur leur consommation et donc sur la croissance du pays.

En 2022, certains secteurs économiques vont ainsi émerger, ou confirmer leur importance (*voir notre article, p. 24)*; l'effet boomerang de la crise sanitaire pourrait, lui, venir plus tard. "*Cette pandémie fait repenser la place du politique dans la vie économique,* conclut Mathieu Plane. *Pour gérer la dette publique, la France et l'Europe devront travailler ensemble sur des règles budgétaires qui, en plus de sauvegarder nos économies, auront à répondre aux attentes des populations.*"

4 IDÉES DE BUSINESS À FORT POTENTIEL EN 2022

MALGRÉ LA CRISE SANITAIRE, L'ÉCONOMIE FRANÇAISE TIENT BON ET BEAUCOUP D'ENTREPRISES REBONDISSENT. QUELS SECTEURS AURONT LE VENT EN POUPE CES PROCHAINS MOIS ? QUELS PROJETS SERONT LES PLUS PORTEURS ? DÉCRYPTAGE.

L'AGROALIMENTAIRE + L'ÉQUIPEMENT DU FOYER : LES FRANÇAIS DÉPENSENT !

Une partie du secteur industriel, dont l'agroalimentaire et les produits d'équipement du foyer, fait partie des domaines dans lesquels l'activité conjoncturelle sera favorable en 2022. Ces marchés sont en effet parmi ceux ayant le mieux résisté à la pandémie. Une constatation qui peut s'expliquer par la consommation élevée des Français en biens et leur intérêt accru pour la décoration. Qui n'a pas profité des confinements, pour rénover sa salle de bains ou pour installer le salon de jardin dont il rêvait depuis longtemps ? Avec l'augmentation de l'épargne des Français, on peut supposer que cet engouement perdurera en 2022. Tout comme l'envie de se concocter des bons petits plats et des apéritifs en famille ou entre amis. Les épiceries fines ou les cavistes ont ainsi réalisé des chiffres records ces deux dernières années, tendance qui ne semble pas près de s'arrêter.

SERVICES À LA PERSONNE ET ACTIVITÉS MÉDICO-SOCIALES : REPENSER LA GESTION DES AÎNÉS

Au regard du vieillissement de la population française, la "silver économie" – qui désigne l'ensemble des enjeux et activités économiques dédiées aux seniors – dispose d'un fort potentiel de croissance, qui se confirme pour 2022. Les domaines concernés sont transverses et vont de la santé à la communication, en passant par les loisirs ou les transports : soins à domicile, objets de santé connectés, aides-ménagères ou à la mobilité, transports adaptés, etc. Face à la crise sanitaire, de nombreuses solutions innovantes ont émergé – via l'intelligence artificielle ou l'analyse des data – pour faciliter le maintien des seniors à domicile (la grande majorité désirant vieillir chez eux) et améliorer la qualité de vie dans les maisons de retraite et les EHPAD. Ainsi, la société Kiwifab, spécialisée dans la sécurisation de la prise de médicaments, a mis au point "Ki-Di", un distributeur de comprimés intelligent et connecté. Autre exemple : la canne connectée "Smartcane" – élaborée par la start-up française Nov'in en partenariat avec le fabricant artisanal Maison Fayet (lui aussi, français) – permet d'alerter les proches en cas de chute, grâce à un système de téléalarme. À noter que les secteurs du médico-social ainsi que l'industrie pharmaceutique feront aussi partie des domaines d'activités majeurs sur les marchés français en 2022.

LE NUMÉRIQUE ET LES TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION : SECTEUR PHARE EN PLEINE CROISSANCE

La transition numérique a accentué sa progression en répondant, de façon très diverses, aux nouveaux usages des consommateurs : respect des protocoles sanitaires, avènement du télétravail, explosion des ventes en ligne… Omniprésents dans notre quotidien, les outils digitaux se sont révélés sources de solutions en s'adaptant aux mutations d'une société de plus en plus digitalisée. Ainsi, le secteur du numérique reste considéré comme l'un des plus porteurs pour les années à venir. En pleine croissance, les activités qui s'y rattachent – et cela, dans tous les domaines : la santé, la mobilité, les transports, les voyages, la gestion d'entreprise… – offrent de multiples perspectives d'emplois et de nouveaux métiers ne cessent de voir le jour. Les postes les plus prisés ? Développeur web, community manager, spécialiste cybersécurité ou encore data scientist (ou data analyst). Le secteur est d'autant plus porteur que la transformation numérique des entreprises (*qui désigne le processus d'intégration des nouvelles technologies numériques à tous les aspects de l'entreprise, entraînant des changements fondamentaux en termes de technologie, de culture et de création de valeur, ndlr*) est en marche depuis plusieurs années. À la lumière de ces faits, 2022 n'est que le début de la domination du numérique sur les marchés économiques.

> ***La nécessité de répondre aux grands défis environnementaux conduit les sociétés à adopter une transition écologique***



LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE ET ÉNERGÉTIQUE : AU CŒUR DES ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX DE DEMAIN

La nécessité de répondre aux grands défis environnementaux (changement climatique et rareté des ressources) conduit aujourd'hui les sociétés à adopter une transition écologique qui doit repenser nos façons de consommer, de travailler, de vivre. Ce concept fait émerger de nouveaux marchés et de nouvelles activités, avec des entreprises de plus en plus engagées sur ces questions incontournables, désormais indissociables de la vie économique. Les secteurs des énergies renouvelables, des transports terrestres sobres en énergie ou encore celui de l'efficacité énergétique des bâtiments sont ainsi concernés. La transition écologique booste l'économie de ces domaines d'activité, qui demeurent actuellement les plus porteurs d'emplois. Les entreprises travaillant sur ces enjeux seront en effet de plus en plus nombreuses à devoir s'engager dans une démarche vertueuse de limitation de leur impact sur l'environnement.



LA BOÎTE À QUESTIONS



> COMMENT SAVOIR SI MON SITE INTERNET EST OBSOLÈTE ?

ÉLÉMENTS DE RÉPONSE AVEC JEAN-YVES ANTIGNY, FONDATEUR DE L'AGENCE HASHTAG MACHINE.



JEAN-YVES ANTIGNY

Spécialiste du conseil en communication digitale

QUEL EST LE RÔLE DE VOTRE AGENCE, HASHTAG MACHINE ?

Mon agence agit, en plus du social media et de la création de contenus, sur la partie conception de sites, ergonomies et parcours client. Ce marché a énormément évolué avec WordPress, Wix… Souvent, les clients se retrouvent face à une contrainte budgétaire avec, pour la même demande, des largesses de tarifs pour la création de leur site. Il y a tout un tas d'options à prendre en compte.

COMMENT RÉUSSIR À TROUVER UNE OFFRE ADAPTÉE À SON BESOIN SUR UN MARCHÉ AUSSI CONCURRENTIEL ?

Tout dépend de ses objectifs. Pour un site e-commerce par exemple, je conseille de faire appel à un indépendant ou à une agence certifiée car ils savent comment bien développer les pages, optimiser un site et agir sur le référencement naturel. Pour un site vitrine, si vous êtes débrouillard et que vous aimez chercher, il est tout à fait possible de réaliser son propre site internet, en contrepartie de temps pour la prise en main du CMS (*le système de gestion de contenu, ndlr)* (souvent WordPress, qui est le plus répandu et le plus simple). Il faut réfléchir à sa mise en page, écrire les textes et, pour aller encore plus loin, se tenir informé du référencement naturel. Tout est vite chronophage.

PARTIR D'UN TEMPLATE EST UNE SOLUTION ?

Ça peut l'être, oui, mais souvent, les clients sélectionnent un thème qui semble leur convenir et, très vite, ils se rendent compte qu'ils ne peuvent pas faire rentrer des ronds dans des carrés. Ils doivent donc adapter leur discours et faire des concessions de mise en page. Avec un développeur ou une agence, tout est calibré sur-mesure, le code est plus léger car optimisé à la demande réelle. À partir d'un template, le développeur ou l'agence utilisent des plugins, les détournent de leurs fonctions initiales pour répondre à une commande… sauf que le site sera au final plus long à charger et consommera plus de ressources. Aujourd'hui, la vraie question est comment consommer le moins de ressources possibles, créer des interfaces épurées, des codes optimisés et adaptés pour durer dans le temps… Pour moi, c'est en créant des sites à partir de zéro : je suis plutôt fervent défenseur des sites sur-mesure, éco-conçus.

QUELLES SOLUTIONS PRÉCONISEZ-VOUS ?

Faire appel à des personnes compétentes dès le départ et toujours prendre l'option maintenance car il y aura forcément des failles dans le système à un moment donné. Lorsque l'on passe par une agence, un forfait maintenance est proposé mais souvent il n'est pas pris. Les clients pensent à tort que réaliser un site internet est le plus grand pas, mais ce n'est que le début. Les agences gèrent les montées en version, elles regardent si tout se passe bien, elles anticipent les risques.

LE CHOIX DES PHOTOS PEUT-IL RENDRE UN SITE HAS BEEN ?

Tout est une question de mode. Les codes de communication évoluent mais la photothèque à disposition peut tout changer. Sur des sites comme Unsplash, on reconnaît tout de suite le style des photographes. Sur le site de mon agence, par exemple, les photos sont assez intemporelles, j'ai un petit filtre orange pour coller à mon activité. Après, il y a ceux qui ont de l'ambition et utilisent leur image, organisent un shooting… c'est ce qu'il y a de mieux à faire : ils bénéficient ainsi de leurs propres photothèques, qu'ils peuvent utiliser comme ils le souhaitent.

EST-IL NÉCESSAIRE D'ACHETER DES MOTS CLÉS ?

Acheter des mots clés sert avant tout à faire correspondre des requêtes précises, des intentions de recherche, avec la meilleure réponse : votre site. En un mot : cela permet principalement de générer du trafic. Dans un objectif SEO, l'achat d'un mot clé va être utilisé un temps pour pousser le site sur la première page de Google en attendant que ce même mot clé remonte naturellement, c'est-à-dire, avec la stratégie SEO.

QUE PENSEZ-VOUS DU CALL TO ACTION *(UN ÉLÉMENT VISUEL CLIQUABLE QUI REDIRIGE LES VISITEURS VERS DES OFFRES DE CONTENUS, NDLR)* ? EST-CE INDISPENSABLE ?

Oui… en revanche, il y a des études qui montrent que pour être efficaces, les calls to action doivent avoir une couleur plutôt vivante et visible. Ce qui ne plaît guère aux directeurs artistiques car elles peuvent "casser" l'identité de la marque.

QUELLES SONT LES BONNES RAISONS DE REFONTE DE SITE ?

Techniquement, il faut refaire son site s'il est obsolète : par exemple, s'il ne gère pas correctement l'affichage mobile. Normalement, aujourd'hui, tous les sites sont responsive (*conçus et développés de façon à pouvoir s'adapter à toutes les résolutions d'écran, ndlr*). On peut aussi le refaire si l'objectif évolue, comme par exemple passer d'un site vitrine à un site qui doit générer du contact (lead) ou des ventes. Pour cela, il faut restructurer les pages avec, forcément, un call to action en bas, vers les demandes de contact ou pour remettre en place ton offre ou revoir ton portfolio. Pour moi, refaire un site web dépend vraiment de l'objectif et ce que l'on veut montrer. C'est un classique de la communication.

QUELLE EST LA DURÉE DE VIE D'UN SITE INTERNET, AUJOURD'HUI ?

Je dirais trois ans, ce qui correspond aux cycles de business. À une époque, c'était plutôt cinq ans, mais là, ça s'accélère et les technologies évoluent beaucoup.

BEAUCOUP DE SOCIÉTÉS OPTENT POUR LA SOLUTION DIVI POUR LA CRÉATION DE LEURS SITES, QU'EN PENSEZ-VOUS ?

Divi est un page builder, une sorte d'interface qui se met sur WordPress pour construire des pages modulables sans avoir à passer par du développement. À partir d'une maquette, il est possible de recréer la structure d'une page à travers des modules, du drag and drop, etc. Cette solution est plus souple qu'un thème et moins cher qu'un développeur. Elle alourdit un peu le code mais reste un bon rapport qualité-prix.

PLUTÔT PRESTASHOP OU MAGENTO POUR LE E-COMMERCE ?

Le choix d'un CMS ou d'un autre dépend principalement de la profondeur de votre catalogue produit. Si vous n'avez pas énormément de références, il faut partir sur WooCommerce, la partie commerce de WordPress. Si, au contraire, vous avez énormément de références, je conseille de choisir Magento parce que l'interface gère très bien le commerce et les catalogues (mais elle gère très mal le contenu, par contre). PrestaShop est une bonne synthèse des deux.

DEUX POINTS SEMBLENT DÉTERMINANTS POUR COMPRENDRE SI SON SITE EST OBSOLÈTE : LE LOOK ET LE BACK OFFICE ?

Exactement. Si vous recevez régulièrement des alertes dans le back office, si vous devez faire des mises à jour régulières ou constatez des trucs qui commencent tout simplement à rendre un affichage moyen… il y a un problème. Il est temps de changer mais il faut bien mesurer qu'une refonte équivaut entre un, trois, voire six mois de projet et, souvent, ce process remet en cause toute l'organisation de l'entreprise. Et ce n'est qu'un début de votre déploiement digital ! Il faudra ensuite investir en média pour se faire connaître et générer du trafic, sans oublier la stratégie de contenus pour servir votre site sur le référencement naturel…

QUELLE EST LA MODE EN TERMES DE DESIGN ?

À l'heure actuelle, tous les designs sont calibrés à peu près de la même manière : la tendance est à l'aération, aux textes structurés, espacés courts et faciles à lire. Il y avait une mode de site en trois colonnes… mais maintenant, le texte est central parce qu'il est plus redimensionnable en responsive. Et le secteur de l'entreprise change, lui aussi, de style : dans la techno, la mode est aux illustrations plutôt plates en 2D, parfois au fil. Si tu es dans le service à la personne, des belles photos d'humain sont à privilégier.

MIEUX VAUT AVOIR UN SITE RESPONSIVE OU PLUTÔT UNE APPLICATION ET UN SITE INTERNET ?

Le responsive design est très utile et très utilisé. Le mobile est devenu le premier point d'accès à Internet en 2016 et, depuis 2018, les recherches Google mobile sont passées devant le desktop. L'usage compte, aussi : si vous cherchez un produit impliquant, comme un voyage ou l'organisation d'un road trip, vous allez regarder principalement sur votre ordinateur. Si vous souhaitez acheter un produit peu impliquant comme une place de cinéma, ce sera une recherche smartphone. L'application a du sens à partir du moment où elle utilise une fonctionnalité du téléphone, type l'accès aux photos, le téléchargement… Sinon, le site responsive suffit largement.

UN BLOG EST-IL INTÉRESSANT POUR UN SITE ?

Tout dépend de la stratégie. Si vous cherchez à prouver une expertise, si vous êtes indépendants, consultants, une société dans le B to B, un blog permet d'écrire, développer son référencement, servir sa stratégie de contenus et son storytelling. Aujourd'hui, il y a d'autres formes d'expression que le blog comme le podcast, le social media, la vidéo… Il y a énormément de leviers. Pour mes clients, le but du jeu est toujours d'aller vers la nouveauté, à condition qu'elle soit intéressante et pertinente pour eux, parce que l'innovation prend du temps et il faut souvent des ressources en interne ou avoir un budget pour le réaliser "proprement".

SI ON FAIT LE POINT : UN SITE EST OBSOLÈTE S'IL BUGGE, SI SON STYLE EST DÉPASSÉ, S'IL N'EST PAS EN ACCORD AVEC SON BUSINESS PLAN…

Oui, mais le conseil que je peux donner est de penser à la maintenance. Les indépendants sont souvent plus réactifs que les agences parce qu'ils ont moins de problèmes de planning. Après, l'intérêt d'une agence, c'est que si ton développeur est absent, souvent, quelqu'un peut reprendre la main. ●



Hashtagmachine.fr

Envoyez-nous vos questions à l'adresse mail : magazineaudace@leconnecteur-biarritz.fr

Tous les trimestres, nous vous proposons de décrypter différentes questions liées à votre problématique d'entreprise.

POURQUOI ADOPTER LE MANAGEMENT BIENVEILLANT ?

GARANTIR LA COHÉSION ET LE BIEN-ÊTRE DES SALARIÉS, APAISER LES TENSIONS LIÉES AUX ÉVOLUTIONS DE LA STRUCTURE, ASSURER UNE COMMUNICATION CLAIRE EN INTERNE… TELLES SONT LES MISSIONS ESSENTIELLES DU MANAGER D'AUJOURD'HUI, ENCOURAGÉ À ADOPTER UNE ATTITUDE POSITIVE ENVERS SES COLLABORATEURS. DÉCRYPTAGE.

Pour comprendre la genèse du profil de "manager bienveillant", il faut revenir dans les années 2000, aux États-Unis, dans la Silicon Valley. À cette époque, une entreprise de taille moyenne mais prometteuse (Google) embauche son 107ème salarié. Chade-Meng Tan est ingénieur de formation, mais il quitte rapidement sa fonction pour se consacrer exclusivement au bien-être de ses collègues sur le campus du Googleplex et invente le poste de "jolly good fellow" (traduction : "super bon camarade") : le métier de chief happiness officer (CHO) est né. Chade-Meng tirera sa révérence quinze ans plus tard, et autant de temps sera nécessaire à ce concept novateur pour traverser l'Atlantique et venir s'implanter en Europe.

En France, le management bienveillant était, jusqu'à présent, souvent considéré comme un acte de faiblesse réservé à quelques managers "humanistes" et déconnectés de la performance de l'entreprise. Pourtant, il suffit de se pencher sur quelques chiffres pour se rendre compte de certaines problématiques. Selon une étude réalisée par Cadre Emploi en juin 2019 auprès de 1123 cadres français, plus de la moitié d'entre eux déclarent avoir connu des symptômes de burn-out. La cause ? Un excès de pression professionnelle (63 %), une très lourde charge de travail (59 %), un manque de reconnaissance du travail accompli (54 %) ou encore du stress (53 %). Et les confinements successifs n'ont fait que confirmer ces constats. Il a fallu revoir les méthodologies à distance. Faustine Duriez, ancienne consultante en conduite du changement pour le groupe AXA et fondatrice de Cocoworker, explique : "*L'hybridation du travail accentue les risques, les faiblesses et met en avant tous les dysfonctionnements en interne. Avec la crise sanitaire, de nombreuses entreprises ont compris l'importance de créer de nouvelles routines d'équipes pour compenser l'absence de moments informels. À distance, le lien de confiance est indispensable, sinon cela ne fonctionne pas.* Et d'ajouter : *Il faut comprendre qu'une entreprise est organique. Le relationnel n'est jamais acquis et peut être remis en cause par une arrivée, un départ, une crise… Il faut lui porter une attention particulière et continue. L'erreur est de penser qu'il suffit d'un séminaire une fois par an pour cocher la case bonne ambiance.*"

Le développement du management bienveillant va aussi dans le sens de la jeune génération d'actifs, moins intéressés par la rémunération que par le cadre de travail et la relation de confiance. Ceux-là désirent désormais plus de temps, de mobilité et de sens dans leur travail ; veulent se sentir un maillon indispensable dans la réussite de l'entreprise. Fini, donc, le temps où les managers se contentaient de "motiver" les équipes pour atteindre un objectif. Pour garder ces talents dans l'entreprise et entretenir leurs motivations, les managers doivent être capables d'apporter une véritable écoute sur le bien-être de leurs collaborateurs, mais aussi sur leurs désirs à travers des horaires adaptés ou du télétravail, si nécessaire.

En résumé, le management bienveillant est "*un management attentif, attentionné et personnalisé, c'est-à-dire une nouvelle routine entraînant les managers et les salariés à exprimer une attention positive et continue à l'autre*", explique Faustine Duriez.



Derrière cette théorie, se cache finalement un tout autre mécanisme émotionnel : "*Partager des marques d'attention, des paroles de remerciement, d'encouragement, de soutien ou de pardon déclenchent trois types d'émotions positives : la gratitude, l'admiration et la compassion. Ces émotions ont la particularité de créer de l'attachement, de la confiance et de prévenir les conflits. Quand elles sont pratiquées régulièrement, elles favorisent la cohésion et la performance d'entreprise*", poursuit-elle. L'autre avantage réside dans le fait que ce processus ne repose plus seulement sur les épaules du manager, mais il devient l'affaire de toute une équipe, de toute une entreprise. Le schéma traditionnel vertical est modifié, les collaborateurs ont la possibilité d'exprimer leurs ressentis les uns envers les autres, permettant au manager de ne plus se sentir seul responsable de l'épanouissement de son équipe.

"*Que l'on soit en France ou à l'autre bout du monde, les émotions sont universelles. Si, d'une personne à l'autre, d'un pays à l'autre, le niveau de sensibilité diffère, les enjeux de reconnaissance et d'attachement à l'entreprise sont, quant à eux, des problématiques généralisées. Mais, aujourd'hui, tout le monde n'est pas convaincu*", reconnaît Faustine Duriez. Pour ses détracteurs, le management bienveillant ne fonctionnerait pas partout ni avec tout le monde : la bienveillance peut en effet engendrer certaines résistances chez des profils seniors, par exemple, ou ceux qui ont toujours fonctionné avec une hiérarchie traditionnelle et ne souhaitent pas sortir de cette zone de confort. Même si sa mise en application peut s'avérer parfois difficile, ce management "moderne" gagne de plus en plus d'entreprises et de nombreuses formations spécifiques apprennent à résoudre des problématiques pour "veiller" à garder les objectifs de l'entreprise tout en respectant l'humain. ●

De la théorie à la pratique

Plusieurs solutions s'offrent aux entreprises, dont Cocoworker. Lancé il y a quatre ans par Faustine Duriez, cet outil d'amélioration de la qualité de vie au travail propose une solution digitale vers un apprentissage social et continu. Entre autres, il apporte du contenu, des données et des recommandations aux managers pour mieux gérer, animer et motiver leurs équipes. Chaque mois, ils reçoivent une capsule vidéo pour les initier au management bienveillant. Aujourd'hui, Cocoworker compte plus de 8 000 utilisateurs et prévoit de se déployer, courant 2022, au Japon et en Corée du Sud.

QU'EST-CE QUE LA POLLUTION NUMÉRIQUE ?

ÉMISSION DE GAZ À EFFET DE SERRE, POLLUTION CHIMIQUE, PRODUCTION DE DÉCHETS ÉLECTRONIQUES… SI NOTRE CONSOMMATION DIGITALE EST IMPERCEPTIBLE, LES DÉGÂTS QU'ELLE GÉNÈRE SONT STUPÉFIANTS. POUR PREUVE : LA FABRICATION D'UN ÉCRAN D'ORDINATEUR ÉMET AUTANT DE CO_2 QU'UN ALLER-RETOUR PARIS-NICE EN AVION…

L'ère numérique est paradoxale. Plus l'homme dématérialise, plus il utilise de matière et d'énergie. Souvent invisible, la pollution numérique – qui désigne, selon Greenpeace, toutes les formes de pollution engendrées par les nouvelles technologies – est pourtant bien palpable lorsque l'on se penche sur la matière et l'énergie que demande la production d'un smartphone : des dizaines de métaux provenant du monde entier, extraits de la terre en grande quantité, comme le lithium bolivien ou l'or australien.

LA HAUSSE DES ÉMISSIONS MONDIALES DE CO_2 ET DE GAZ À EFFET DE SERRE

Le réseau internet, lui non plus, n'est pas immatériel. Pour fonctionner, il nécessite une multitude d'équipements à produire (câbles, antennes….) et une dépense d'électricité conséquente. Tout cela pour stocker et transférer des données (vidéos, mails, photos, pages web…). Ils génèrent un coût écologique important. Selon le think tank The Shift Project, la consommation de streaming vidéo (Youtube, réseaux sociaux…) émettrait près de 1% des émissions mondiales de CO_2.

Le coût environnemental de notre vie numérique est vertigineux. Au total, près de 34 milliards d'équipements circulent dans le monde, soit l'équivalent de 82 millions de radiateurs électriques branchés 24h/24. Paradoxalement, la durée de vie d'un ordinateur a été divisée par trois en trente ans. La solution ? Privilégier l'achat de matériel informatique de seconde main, comme c'est le cas dans les secteurs de l'automobile ou la mode. En effet, les chiffres parlent d'eux-mêmes : d'ici 2025, le numérique passera de 2,4% à 5,4% des émissions de gaz à effet de serre.

Contrairement à ce que l'on peut penser, les data centers sont certes énergivores mais leur impact sur l'environnement représente seulement 17% du bilan énergétique du numérique dans le monde. Une consommation raisonnée du numérique semble le seul moyen de contrer les améliorations technologiques à courts et longs termes pour limiter l'impact environnemental.

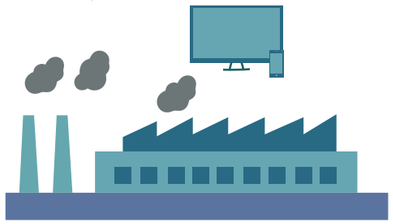
L'IMPACT CARBONE DES MAILS, RÉSEAUX SOCIAUX, STREAMING VIDÉO…

Autre point de conscience : le mail est une façon rapide de communiquer, mais son utilisation n'est pas sans conséquence. Envoyer vingt mails par jour pollue autant que de parcourir 100 km en voiture. Pire : 75% des e-mails reçus sont des spams donc une majorité restent stockés pour rien. Les boîtes sont saturées et polluées de messages inintéressants.

Pour limiter la pollution numérique au niveau des réseaux sociaux, Sébastien Repéto, fondateur et directeur de l'agence de communication My Destination, et son équipe ont mis au point un outil appelé "efficience". Le principe ? Des coefficients de pollution numérique leur permettent de définir l'impact d'émissions de CO_2 sur les réseaux sociaux : "*Dans la communication sociale media, nous essayons au maximum de ne pas sur-solliciter les audiences, de ne pas poster quotidiennement mais plutôt de mieux construire les publications, de plus y réfléchir et de les rendre suffisamment impactantes pour toucher les bonnes personnes.*" Dans le cadre de son secteur d'activité centrée sur le tourisme, il questionne plusieurs points avant de poster une vidéo : la performance sociale média attendue est-elle la hauteur ? Le message a-t-il pour objet de sensibiliser ? Valorise-t-il les écogestes ? Avec ces portes d'entrée, l'équipe va définir un indice d'efficience et amener leurs clients (destinations touristiques, offices de tourisme et comités régionaux) vers un taux d'efficience maximal sur l'ensemble de leurs prises de parole. "*Même si cet objectif est presque inatteignable, le but est d'être dans une question de taux de progression. Notre ligne directrice est de rester conscients et être utiles. Nous encourageons tous les professionnels du numérique d'aller vers cette démarche et d'essayer de comprendre ce sujet hyper complexe qui va devenir absolument indispensable dans l'avenir : autant s'y mettre tout de suite et trouver des solutions. Pour moi, c'est important qu'on réussisse à démocratiser ce sujet, à le rendre plus accessible, plus compréhensible. Même si cet objectif est presque inatteignable, le but est d'être dans une question de taux de progression. Notre optique est de rester conscients et être utiles. Nous encourageons tous les professionnels du numérique à adopter cette démarche qui va devenir absolument indispensable dans l'avenir*", conclut-il. ●

RÉPARTITION DE LA POLLUTION DIGITALE

50%



Production des écrans

50%



I/3
Consommation numérique des écrans



I/3
Stockage des données sur des data centers



I/3
Infrastructure réseau et acheminement de la donnée

7 CONSEILS POUR AGIR CONTRE

1. MAILS

Réduire ses envois de mails, supprimer ses anciennes adresses mails personnelles et nettoyer sa boîte mail

2. TRANSFERTS DE DONNÉES

Préférer un logiciel d'envoi européen (Smash) plutôt qu'américain (We Transfer) car les données polluent.

3. SECONDE VIE DU MATÉRIEL

Investir dans du matériel de seconde main et essayer de faire durer le plus possible les écrans.

4. CONSOMMATION

Couper la box wifi quand elle n'est pas utilisée.

5. NAVIGATION

Contourner les moteurs de recherche. Taper directement l'adresse web. Et fermer les onglets dans votre navigateur. Une fois ouvert, les serveurs tournent et consomment beaucoup d'électricité.

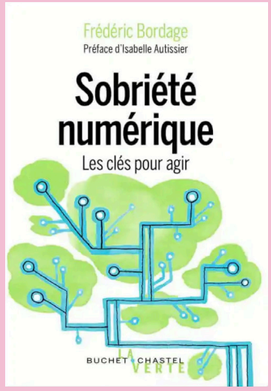
6. STREAMING

Limiter au maximum le streaming vidéo (300 millions de tonnes de CO_2 dans le monde chaque année). Regarder une heure de vidéo sur Youtube consomme autant d'électricité qu'un réfrigérateur pendant une année.

7. CLOUD

Mettre à jour régulièrement son cloud d'entreprise, en supprimant des fichiers inutiles ou doublon. Favoriser les archives sur votre ordinateur ou sur un disque dur.

À bouquiner pour en savoir plus…





LE DROIT DE MIEUX COMPRENDRE

COMPRENDRE LE LANGAGE JURIDIQUE N'EST PAS TOUJOURS CHOSE AISÉE POUR LES UTILISATEURS. AFIN DE MIEUX APPRÉHENDER LE DROIT DANS TOUTES SES FORMES, L'AGENCE AMURABI PROPOSE AUX ENTREPRISES DES SOLUTIONS INNOVANTES PAR LE LEGAL DESIGN. ON FAIT LE POINT.

Le droit. Rien que d'écrire le mot, et de le lire, sûrement, un poil d'inquiétude traverse le cerveau du rédacteur ou du lecteur. Sauf pour les professionnels, évidemment. La peur du contrat barbant, du texte en mille alinéas – caractère huit – difficile à comprendre… Même l'écrivain et poète Charles Peguy eut cette phrase assez désobligeante pour la matière : *"Le droit ne fait pas la paix, il fait la guerre."* Une guerre intellectuelle, une tourmente pour nombre d'utilisateurs souffrant de cette vision laborieuse d'une discipline pourtant omniprésente dans la société. Un découragement qui génère erreurs et incompréhensions, en raison de lectures bâclées et de signatures à l'aveugle.

Alors, pour réconcilier les usagers avec le droit, rendre son message impactant, et ainsi faciliter sa compréhension, Marie Potel-Saville a décidé de créer l'agence de legal design Amurabi, qui réunit juristes, designers et experts en neurosciences pour "humaniser" le droit, le rendre engageant. *"Nous souhaitons donner la priorité à l'utilisateur avant la tech, créer une expérience de droit enfin satisfaite"*, explique-t-elle. On ne peut plus clair. Toute la subtilité de cette machine à décoder qu'est Amurabi réside dans le fait de rendre le droit plus fluide et accessible, sans perdre la moindre goutte de son sens et de sa substance.

SIMPLIFICATION DES CONTRATS

Ancienne cliente de l'agence, Emilie Lorblanchet Ongaro a fait le choix de quitter Airbus pour intégrer Amurabi en tant que directrice innovation : *"J'adorais ce que proposait Marie, je voulais savoir comment l'aider."* Et quand une ancienne cliente – dotée d'un background juridique solide doublé d'un executive MBA, forte de dix années d'expérience dans des grands groupes – rejoint le prestataire après avoir éprouvé in situ ses méthodes dans le lab d'innovation d'Airbus, il y a certainement du bon. Voire, du très bon. *"J'ai cherché à développer les méthodologies aujourd'hui déclinées par Amurabi pour faciliter l'autonomie des projets pour lesquels je travaillais chez Airbus. J'ai notamment mis en place la simplification des contrats, pour les rendre plus accessibles à leurs destinataires. C'est dans ce cadre-là que nous avons commencé à travailler ensemble, avec Marie Potel-Saville. J'étais l'une de ses premières clientes et ça a très bien fonctionné."* Pour preuve, une collaboration fructueuse s'est ouverte entre ces deux passionnées du legal design, méthode conceptualisée par Margaret Hagan – directrice du Legal Design Lab de Stanford – et qui veille à mettre l'utilisateur humain au centre des préoccupations, en se tournant toujours vers l'innovation. À savoir : accélérer les processus, créer des plateformes et interfaces, dépoussiérer des contenus inutilisés, inintelligibles, protéger au mieux des données personnelles. Et ce, pour différents domaines et services. Emilie Lorblanchet Ongaro souligne : *"Parmi les différentes possibilités, évoquons notamment la méthode du langage clair, très utilisée au Canada. Il s'agit de rendre accessible un écrit d'avocat trop jargonneux par exemple, ou des textes de loi pour les mineurs. D'employer un langage du quotidien qui dit exactement la même chose que le texte d'origine, sans jargonner et en trouvant le ton qui va résonner auprès de l'utilisateur. Simple, jamais simpliste ! D'ailleurs, nous avons mené un projet de ce type pour la Commission nationale de l'informatique et des libertés (CNIL), afin d'aider les mineurs à être mieux protégés et à faciliter l'exercice de leurs droits."* En particulier les internautes mineurs, souvent bien plus vulnérables que les adultes une fois sur le Web.

DES EXPERTS EN SCIENCES COGNITIVES

Si les actions d'Amurabi sont plutôt dédiées aux très grandes entreprises (plus de quarante clients comme Ubisoft, MAIF, Airbus, l'ENM, HSBC, Orange, Total, Burger King, Blizzard Entertainment), l'agence n'oublie pas les plus petits formats d'entrepreneriats. Elle vient d'ailleurs de lancer un contrat digital centré "utilisateurs" en langage clair, qui transforme les accords de confidentialité en outils de construction de la confiance et de la relation. Un panel d'actions qui pourrait aider les start-ups dans leurs échanges. En outre, l'agence a noué des partenariats réguliers avec des experts en sciences cognitives. *"L'idée est de comprendre comment appréhender un document juridique trop long, qui paraît incompréhensible, comment notre cerveau nous dit : 'Je n'ai pas envie de le lire'. Enfin, la façon dont notre cerveau va analyser le flot d'informations"*, évoque Emilie Lorblanchet Ongaro. Quant aux résultats ? *"Chez Amurabi,* poursuit la directrice innovation, *nous disposons d'un lab pour les mesurer grâce à une méthodologie de test fondée sur des normes internationalement reconnues, adaptée aux documents juridiques et mise au point avec Mathilde Da Rocha, PhD en neurosciences cognitives. Parce que dire que ça facilite la compréhension du droit, c'est bien, mais le démontrer, c'est mieux. Et ça permet plus facilement de faire accepter le changement !"*

Où en sont-ils aujourd'hui ?

La team Amurabi est en forte croissance, avec trois profils seniors en cours de recrutement. L'agence a obtenu de nombreuses récompenses dont Impact Shakers Awards 2021 – Trophées du droit 2021 – Financial Times Shortlisted European Innovative Lawyers – Better Contract Design Mark 2021.

Et au fait, pourquoi Amurabi ?

Ce choix est un hommage au roi de Babylone, Hammurabi, créateur en 1750 av. J.-C. du code de loi éponyme. Un texte gravé sur une stèle de plus de deux mètres de haut, qui était alors précisément placée au centre de la cité de Suse, en Iran, afin de pouvoir rendre son accès au plus grand nombre. Un très beau symbole.



VISIONS ENTREPRENEURIALES.



Située en plein cœur de Biarritz, la boutique Bizialdi est un lieu pluriel ouvert à toutes personnes désireuses de se faire du bien, en particulier les femmes fragilisées par les traitements contre le cancer du sein.

En basque, Bizialdi se traduit "étape de vie". En réalité, plusieurs étapes de vie se cachent derrière la façade vitrée de cette boutique raffinée et poétique imaginée par Marine Labat. Son histoire ? En 2017, la jeune femme habite encore à Paris quand on lui diagnostique un cancer du sein triple négatif. À seulement 28 ans, Marine entame un parcours médical long et psychologiquement lourd pendant lequel se sentir féminine, prendre soin de soi et échanger avec des personnes extérieures entre deux traitements devient une nécessité. Mais c'est le parcours du combattant pour trouver des produits adaptés, comme la lingerie post-opératoire : le choix est d'un autre temps, les produits uniquement disponibles en parapharmacie. Côté beauté, elle passe des heures sur Internet, à chercher un vernis adapté aux chimios. Dans sa tête, l'idée d'une boutique regroupant toutes ses envies et besoins du moment germe. Les premières pousses voient le jour lorsqu'elle s'installe sur la Côte basque.

Bizialdi ouvre ses portes en octobre 2020. Entre deux confinements, la clientèle découvre ce nouvel endroit et sa jolie sélection de produits dans l'air du temps. Qu'il s'agisse de foulards, de turbans, de cosmétiques sains et naturels, de maillots ou encore de lingerie, tout le monde s'y retrouve, et Marine de préciser : "*Quand je sélectionne une marque ou un produit, je pense en premier lieu aux patientes, mais aussi à toutes les femmes qui cherchent des produits confortables, 'clean' et made in France. Mes produits de beauté sont naturels et biologiques, donc conviennent à toutes les peaux.*"

Dans sa boutique, une sélection de livres apporte réconfort et compréhension à l'entourage. "*Il s'agit d'ouvrages rédigés avec humour comme* La Guerre des tétons *de Lili Sohn ou de témoignages prônant espoir et résilience,* explique-t-elle. Et d'ajouter : *En tant qu'ancienne patiente, mes clientes ont plus de facilité à échanger et me demander conseil. Sans me substituer à une psychologue, j'essaie d'être un relais supplémentaire entre le personnel médical, associatif et l'entourage.*" Pour compléter son offre, Marine propose régulièrement des ateliers de socio-esthétique et de sophrologie sur les réseaux sociaux. Elle collabore également avec différentes associations locales ou nationales susceptibles d'apporter des aides financières ou un soutien moral aux personnes malades. Un business qui a du sens. ●

13, rue du Helder, Biarritz.
Tél. : 09 87 10 67 43.
@bizialdi
Bizialdi.fr

ENTREPRISES LOCALES
VERS UNE SECONDE VIE

POUR RELANCER LA PRODUCTIVITÉ, MODERNISER SON IMAGE OU SAUVEGARDER SON ACTIVITÉ, LES DIRIGEANTS D'ENTREPRISE OPTENT POUR DIFFÉRENTES VOIES DESTINÉES À DONNER UN SECOND SOUFFLE À LEUR BOÎTE. PARMI ELLES, LA REPRISE OU LA TRANSMISSION.



Une opération de reprise consiste à s'attribuer la gestion d'une entreprise déjà existante. Elle peut permettre de sauver une société de la faillite ou, dans d'autres cas, d'enrichir l'entité à l'origine de la reprise.

QUI POUR REPRENDRE UNE ENTREPRISE ?

"La reprise par un ou plusieurs enfants du fondateur est un schéma classique, rapporte Denis Vilarinho, directeur du fonds PG Développement au Crédit Agricole Pyrénées Gascogne. *Le patron part à la retraite et souhaite céder son entreprise à l'un des membres de sa famille."* Relation de confiance, succession naturelle, préservation du savoir-faire… les avantages d'une transmission familiale sont nombreux. Mais la reprise familiale doit se préparer progressivement : un "parachuté" au poste de gérant peut être une opération mal vécue par les collaborateurs de l'entreprise, mettre à mal son intégration et, à terme, l'activité de la société. Pour l'éviter, il est souhaitable que le futur gérant ait été dans un premier temps salarié – pour apprendre le métier – et connaisse les rouages de l'activité qu'il dirigera dans le futur.

La reprise d'une entreprise peut également se faire par une personne externe ou une autre entreprise qui souhaite racheter un savoir-faire qu'elle ne possède pas. Dans ce cas, on parle de reprise industrielle. Si le site est conservé lors du rachat, les équipes le sont également.

COMMENT REPRENDRE UNE ENTREPRISE ?

Quel que soit le type de reprise, le processus qui s'engage est sensiblement le même dans la plupart des cas. On commence par évaluer l'entreprise à reprendre pour identifier sa valeur économique. Vient ensuite la proposition de reprise faite par le repreneur potentiel au dirigeant de l'entreprise, qui décide de l'accepter ou non.

"L'acquéreur doit avoir conscience qu'une transmission, cela se prépare. Il est important que les conditions de la sortie, qu'elles soient juridiques, fiscales ou managériales, soient bien cadrées entre le repreneur et celui qui cède son entreprise", insiste Denis Vilarinho. Un encadrement intermédiaire – comme le numéro 2 de la boîte – guidera et aidera le repreneur à s'intégrer pour que la transition se passe bien. Pour éviter qu'une formidable opportunité se transforme en une aventure empoisonnée, il est indispensable d'avoir une bonne vision entrepreneuriale et de bien s'entourer si l'entrepreneur ne possède pas lui-même les compétences nécessaires : managériales, financières, comptables et, bien sûr, celles liées à l'activité de l'entreprise rachetée. ●

TROIS HISTOIRES DE REPRISES

PERPÉTUER LA TRADITION, SE TOURNER VERS L'INTERNATIONAL, DÉVELOPPER UNE APPROCHE MARKETING… VOILÀ LE LEITMOIV DE CELLES ET CEUX QUI ONT CHOISI DE REPRENDRE LES RÊNES D'UNE ENTREPRISE, POUR MIEUX LA RÉINVENTER. RENCONTRES.



CAFÉS XIMUN
DE PÈRE EN FILS

La maison de torréfaction artisanale Cafés Ximun, fondée en 1978, place l'humain au cœur de son ADN. Située à Bayonne, elle perpétue la tradition du bon café grâce à son savoir-faire. Repreneur de l'entreprise il y a vingt ans, Elias Murcia, le gérant, a été rejoint par son fils Jean-Baptiste il y a un an. *"Le café a toujours fait partie de sa vie ; logique, avec un père torréfacteur,* raconte Elias Murcia. *Il a d'abord choisi de partir travailler dans des plantations, notamment en Amérique centrale, pour apprendre le métier, la culture et la transformation du café."* Revenu en France, le fiston intègre la prestigieuse entreprise Terres de Café, à Paris. En 2020, le confinement a confirmé son envie de revenir au Pays basque, travailler aux côtés de son père pour la maison Ximun. L'occasion de repenser la stratégie et de donner une impulsion plus axée marketing et communication à l'entreprise. *"Avec mon fils qui me rejoint, c'est une transition qui s'opère. On conserve nos valeurs et notre savoir-faire, tout en s'ouvrant au monde extérieur et en prenant conscience que la communication, notamment, est primordiale"*, explique Elias Murcia.

À l'origine grossiste pour les bars, restaurants et hôtels, Cafés Ximun s'ouvre aujourd'hui à une clientèle de particuliers, en s'implantant dans des boutiques comme Farmily & Co ou Biocoop, à Bayonne. Tout en conservant une véritable relation de proximité avec ses clients et ses fournisseurs, la société se réinvente, lance son site internet et repense son packaging. *"Cette maison a été fondée à une époque où peu d'artisans torréfacteurs s'implantaient au Pays basque,* rappelle Elias Murcia. *Si nous souhaitons conserver notre authenticité, rien ne nous empêche de voir plus grand et d'être à l'écoute de notre époque."* Dans cette optique, les matières utilisées pour les emballages sont recyclables. Et la nouvelle machine acquise pour torréfier, fabriquée aux États-Unis et à la technologie haut de gamme, consomme nettement moins d'énergie que les autres.

Un renouveau qui était nécessaire à la maison Cafés Ximun, incarnée par cette transmission entre père et fils et par l'arrivée de nouveaux collaborateurs. L'ambition restera la même : faire voyager le client et travailler pour lui offrir le meilleur produit, toujours.

Cafesximun.fr



2

POTERIE GOICOECHEA
HISTOIRE DE FAMILLE

Ici, trois générations d'artisans conçoivent, inventent, façonnent des poteries et des céramiques avec un savoir-faire, une rigueur et une créativité sans limites.

Si elle a grandi au milieu des poteries et de l'atelier de ses parents, Maitena Goicoechea n'avait pas pour autant l'envie de suivre les traces de ses parents, à la tête de l'entreprise. *"Mon frère était plus décidé que moi,* raconte-t-elle. *Il a suivi des études en technique de la céramique, il savait qu'il allait travailler dans ce domaine. De mon côté, je suis partie étudier le commerce international au Royaume-Uni, j'avais envie de voir du pays, de découvrir le monde, de me nourrir des autres et de leur expérience."* À mesure de ses rencontres et de son cursus, Maitena réalise le potentiel incroyable de la maison Goicoechea si elle s'orientait plus vers l'international. L'idée germe dans sa tête de revenir à la maison, en apportant ses compétences et sa vision. Favoriser l'export lui est apparu comme une évidence. Alors que son frère Iñaki entre dans l'entreprise en 2005, elle le suit l'année suivante : *"Nous avons d'abord travaillé en tant que salariés, nos parents tenaient à ce que l'on fasse nos preuves, comme n'importe qui"*, relate la jeune femme. Ses parents, toujours actifs, préparent ainsi la transmission familiale depuis une quinzaine d'années, tout en douceur. Aujourd'hui, son frère est président, elle, directrice générale. Travailler en famille est un plaisir et une fierté pour Maitena, qui apporte sa pierre à l'édifice, ses compétences et sa vision des affaires, notamment celle de continuer à respecter leurs traditions tout en s'ouvrant à la modernité.

Poterie-goicoechea.com

3

DIMA
DE LA POISSONNERIE AU MAREYAGE

C'est l'histoire d'un poissonnier qui devient mareyeur ; celle de Lionel Bertherat. Après des études d'économie, Lionel travaille dans plusieurs grandes boîtes, sans réellement accrocher à ses différents postes. Alors, quand l'occasion de changer de voie se présente, il n'hésite pas et fait le grand saut en rachetant une poissonnerie à Clermont-Ferrand, qu'il dirigea durant sept ans. Le contact avec le client, le poste d'entrepreneur et même la découverte de la poissonnerie, tout cela lui plaît. Quelques années plus tard, c'est à Anglet qu'il décide de reprendre une autre poissonnerie. L'histoire continue, Lionel vend de nouveau, accepte un poste de commercial chez Dima, mareyeur au Pays basque : *"J'ai travaillé pendant douze ans avec Dima, en tant que client,* raconte Lionel Bertherat. *Je connaissais bien l'entreprise, ses valeurs, son côté familial et à taille humaine."* Dès sa prise de poste, Lionel apprend que Dima cherche un repreneur. Intéressé, il se positionne et, après quatre ans passés en tant que collaborateur, devient le nouveau gérant aux côtés de Sophie, son épouse, chargée de l'aspect comptable et social. *"Nos expériences et nos études nous ont préparés à cette reprise. Elles ont aussi permis d'effectuer la transition de façon sereine et cadrée. Il a fallu du temps pour monter les dossiers de financement, convaincre les banques… Nous avons été accompagnés par un comptable formidable qui nous a épaulés, ma femme et moi, dans notre projet. Nous savions également que nous pouvions compter sur des collaborateurs volontaires, motivés et ayant une grande connaissance des produits et du marché"*, poursuit Lionel Bertherat. S'il reste à l'écoute des tendances et ouvert aux innovations, il a souhaité garder intact l'esprit de Dima, la proximité avec les clients, l'équipe restreinte (une trentaine de personnes) mais soudée, loyale et très efficace, sans qui *"rien ne serait possible"*, conclut-il.

Dima.fr



MARGRET TANGERINO
ENTREPRENEUSE AU GALOP

INSPIRANTE CHEFFE D'ENTREPRISE ET CAVALIÈRE CHEVRONNÉE, ELLE MURMURE À L'OREILLE DE SES CLIENTS DES CONCEPTS ORIGINAUX, FRUIT DE RÉFLEXIONS AVEC SES COLLABORATEURS NOMADES ET OUVERTS SUR LE MONDE. RENCONTRE AVEC UNE FEMME AVANT-GARDISTE.



QUAND AVEZ-VOUS DÉCIDÉ DE CRÉER L'AGENCE FSTL ?

En 2004, après dix ans de carrière dans les grandes agences de communication parisiennes (Euro RSCG, Havas, BBDO) sur des budgets grands comptes (Pepsi-Cola Company, Auchan, Mercedes-Benz, Chanel…), mon associé et moi avons imaginé un nouveau modèle d'agence : nomade, décentralisée, engagée et accessible aux marques outsiders et territoriales.

VOUS PARLEZ D'UNE AGENCE "NOMADE" : À CE SUJET, QUEL A ÉTÉ L'IMPACT DE LA CRISE DU COVID ?

La crise sanitaire nous a confortés dans nos choix : un outil informatique pour permettre une dématérialisation de l'agence, un développement du travail à distance avec nos clients et collaborateurs, une culture du management fondée sur l'autonomie et la responsabilisation de chacun. Ainsi, lors du premier confinement, nous avons été opérationnels en moins de trois heures pour nos clients.

POURQUOI AVOIR CHOISI PAU ?

Nous souhaitions travailler là où nous avions envie de vivre. En 2003, Pau était la première ville en France à disposer d'un réseau fibre optique de 100 Mb/s : Pau Broadband Country. Nous avions besoin d'une super connexion pour nous relier avec nos clients et nos collaborateurs externes (*l'agence travaille avec dix collaborateurs internes – basés à Pau, Paris et Biarritz – et quarante collaborateurs externes répartis dans toute la France, ndlr).* Au-delà de cet avantage "technique", Pau est également une ville très humaine et "outdoor" (VTT, kayak, escalade, snow, surf…), idéale pour les sportifs que nous sommes.

VOUS PRATIQUEZ L'ÉQUITATION, UN SPORT EXIGEANT QUI DEMANDE BEAUCOUP D'INVESTISSEMENT PERSONNEL ET UN CERTAIN RAPPORT AVEC L'ANIMAL. L'ANALOGIE EST PRESQUE ÉVIDENTE AVEC VOTRE RÔLE DE CHEFFE D'ENTREPRISE. QU'EN PENSEZ-VOUS ?

Vous avez totalement raison ! Dans les deux cas, quels que soient les obstacles à franchir, la persévérance, l'engagement et la vision sont essentiels… Sans oublier de penser équipe, plaisir et de rester sport.

QUELLES SONT LES VALEURS DE L'AGENCE ?

Être sincèrement engagé est notre marque de fabrique. Une philosophie qui a structuré, depuis l'origine, l'approche pionnière de notre métier, notre organisation interne et, surtout, nos relations particulières avec nos clients, avec lesquels nous développons une collaboration profonde, créatrice de plus de valeur ajoutée pour la marque. Nous la challengeons, nous la nourrissons, nous anticipons ses besoins, nous co-construisons des perspectives fortes de croissance. Une approche véritablement globale et entrepreneuriale où le conseil dépasse celui de la seule communication pour intégrer tous les enjeux de l'entreprise (marketing, RH, réseau, immobiliers, RSE…). C'est peut-être pour cette raison que nos clients restent.

QUELS SONT VOS ATOUTS, QUE D'AUTRES N'ONT PAS ?

C'est à nos clients qu'il faudrait poser la question ! Ceux qui nous font confiance nous reconnaissent deux qualités majeures : notre vision du métier, bien plus large que la communication, qui consiste à faire grandir l'entreprise dans son entier, et le talent de nos créatifs !

RACONTEZ-NOUS L'UN DE VOS SOUVENIRS AVEC UN CLIENT ?

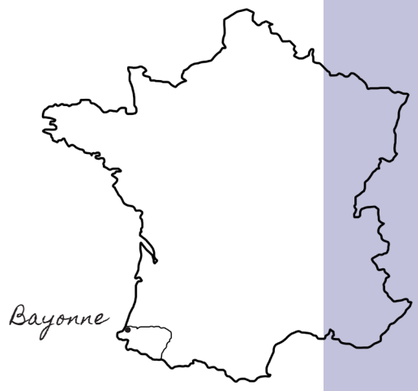
Eh bien justement, notre immense joie et fierté quand, en 2018, notre client historique Crédit Agricole Pyrénées Gascogne, devient la première marque territoriale à décrocher trois Top/Com, dont le Grand Prix Top/Com de la meilleure stratégie de marque… Et est nommé annonceur de l'année quelques mois plus tard ! ●



Depuis l'âge de 6 ans, Margret Tangerino monte à cheval. En décembre 2019, elle achète Cornet Amour et décroche avec lui le titre de championne de Nouvelle Aquitaine et celui de championne de France Amateur 1 de saut d'obstacles à Barbaste.

AQUALINES SURVOLERA-T-ELLE LES OCÉANS ?

DIRIGÉE PAR LE BASQUE GUILLAUME CATALA, LA START-UP AQUALINES RÊVE DE CRÉER DES LIAISONS COMMERCIALES DÉCARBONÉES EN DES TEMPS RECORDS. ASSEMBLAGE MALIN D'APPAREILS MI-AVION, MI-BATEAU, CE PROJET D'ENVERGURE PORTÉ PAR STEINBERG PROTOCOL DEVRAIT SE POSER À BAYONNE.



Tout part, ou repart plutôt, d'un jeune entrepreneur russe, Pavel Tsarapkin. En 2013, il sort des cartons un vieux projet de feu l'Union soviétique, développé durant la guerre froide. Nom de code : "Ekranoplan" ; une lignée d'engins à effet de sol, développée dans les années 70, pour voler à faible hauteur au-dessus des eaux ou de surfaces planes. Des zincs ayant des traits communs avec les hydravions. Ce n'est qu'en 2018 que Guillaume Catala puis Laurent Godin, homme aux trente années d'expérience dans l'aéronautique et l'aérospatiale, s'associent au projet de Pavel et décident de fonder Aqualines. L'idée est de mettre cette technologie au goût du jour et de la développer à grande échelle, en B to B et B to G *(du terme business to government, qui caractérise la commercialisation de produits et de services à destination des pouvoirs publics, ndlr). "C'est une offre entre avion et bateau. On est plus rapide qu'un bateau, moins cher que l'avion et plus vert que les deux !"*, expose Guillaume Catala. Séduisant. Les machines utiliseraient de petits propulseurs électriques sur batterie pour sortir du chenal, sans bruit, et s'auto-suffiraient en grande partie une fois lancées, pour atteindre des vitesses de 120 km/h pour les premiers modèles, avant de viser les 300 km/h. La capacité optimale, selon les appareils, pourra aller d'un rayon de 40 à 500 kilomètres. Tout ça avec une très faible empreinte carbone.

Un rêve prémonitoire ? Tout est fait en tout cas pour qu'il le soit. *"On souhaite que Bayonne devienne une vitrine technologique pour notre projet"*, souligne Guillaume Catala. Originaire de Saint-Jean-de-Luz, le CEO du groupe Steinberg Protocol – un fonds d'amorçage basé à Singapour – est un autodidacte qui a parcouru le monde et multiplié les expériences professionnelles. Une carrière construite au gré des événements, du réseau, des rencontres et des coups de cœur. *"Ma spécialité, c'est la diversité, je me suis nourri de tous ces voyages"*, admet-il.

BAYONNE, CHOIX STRATÉGIQUE

L'homme de projets a d'autres arguments : *"La technologie est très intéressante pour nos territoires, et en particulier pour nos territoires outremarins. La France dispose de la deuxième zone maritime au monde* **(1)**, *mais il faut pouvoir l'occuper."* Pourtant, sur les 180 sollicitations reçues de la part d'opérateurs régionaux de transport ou d'agences gouvernementales disséminées sur toute la planète, peu viennent d'acteurs français. D'où l'envie de développer Aqualines en France, et plus particulièrement à Bayonne. *"C'est d'abord un choix de cœur,* explique Guillaume Catala, *parce que je suis originaire du Pays basque. Mais c'est surtout un choix stratégique : il y a ici un écosystème déjà en place, des structures de recherche comme Compositadour et une vraie culture de l'aéronautique. Nous ne sommes pas loin de Toulouse, centre européen du domaine. Nous avons besoin d'eau, de l'estuaire et de l'océan pour les essais. Rajoutons l'aspect transfrontalier et un très beau quai Saint-Bernard en développement où nous pourrions grandir."* Une installation au Pays basque qui, précisons-le, est aussi du fait d'Invest French Basque Country (Basque Invest), entité de la CCI dirigée par François Applagnat-Tartet, en collaboration avec Karlos Hebrard-Epalza et Ferdie Teiletchea. *"Karlos nous a beaucoup épaulés"*, confirme Guillaume Catala. Basque Invest est une structure dédiée à l'implantation d'entreprises françaises ou étrangères sur le territoire basque. ● ● ●





● ● ● Dans le meilleur des mondes, l'installation du projet Aqualines dans le port de Bayonne se fera début 2022. Par convention, Aqualines a obtenu une autorisation d'occupation temporaire sur le port de la sous-préfecture pour construire un bâtiment de 1 600 m² sur un terrain de 6 500 m². S'ensuivra alors une étape de trente mois. *"Comme tout le monde, nous avons des processus classiques à suivre,* explique Guillaume Catala, *comme le permis de construire, les études d'impact sur l'environnement, etc. Dans l'indice de maturité TRL (Technology readiness level) propre aux start-ups, nous sommes aujourd'hui à 4 sur une échelle située entre 0 et 9. Zéro, c'est l'idée, 9, c'est la commercialisation. Nous voulons nous installer à Bayonne pour franchir les étapes 5 à 9. Le 5 permettra de passer des modèles réduits aux prototypes à l'échelle."*

UNE VOLONTÉ AFFIRMÉE, LES PLANÈTES ALIGNÉES

Quand on écoute Guillaume Catala lisser les contours du projet, disséquer chaque pièce des appareils, on a envie de monter à bord et de foncer avec lui. Mais dans ce genre d'aventure, il faut savoir rester prudent. Les collectivités territoriales sont séduites, la région Nouvelle-Aquitaine est attentive, l'État aussi. Reste à conclure en toute sérénité, pour que le rêve devienne effectivement réalité. *"Je comprends que l'on puisse émettre des réserves sur la nature d'un tel projet,* admet Guillaume Catala. *Déjà, parce que l'objet est un OVNI; on n'en voit pas tous les jours, dans le coin. Mais la volonté est affirmée, tous les investissements sont faits pour que les planètes soient alignées. On doit avancer. Nous sommes convaincus de la réussite du projet, mais nous ne contrôlons pas tous le process. Donc nous ne sommes pas à l'abri d'un retard; mais la volonté et les moyens sont là, pour que ça se passe à Bayonne."* Une motivation et une détermination qui forcent à l'espoir. Une inspiration qui n'est pas sans rappeler Pierre-Georges Latécoère qui, en 1939, a réussi le pari de relier Biscarosse à New York avec son hydravion "Laté 521", imaginé dix années plus tôt et piloté par Henri Guillaumet. Le secret de cette réussite ? La persévérance et des soutiens indéfectibles. Pour le projet Aqualines, plusieurs lignes tests sont déjà en ligne de mire. *"Nous avons un opérateur en stand-by, pour une ligne Tallinn-Helsinki. Pour relier ces deux capitales européennes de la mer Baltique, il y a 82 km de traversée. C'est long pour un ferry, trop court pour un avion. Notre solution propose un trajet en trente minutes."* Dans ces lignes tests s'invitent également les trajets Bayonne-Bilbao ou Bayonne-Saint-Sébastien qui, si la météo le permet, permettront de relier les cités basques en dix minutes une fois sorti du chenal. Pas mal pour aller prendre quelques Pintxo, non ? ●

(1) *Grâce à ses départements d'outre-mer et à ses collectivités territoriales, la France possède la deuxième zone économique exclusive (ZEE), à hauteur d'environ 11 millions de km², derrière les États-Unis (environ 12 millions de km²). Vient ensuite, l'Australie (environ 9 millions de km²).*



FRANÇOIS APPLAGNAT-TARTET

Responsable du développement commercial

Invest French Basque Country

ZOOM SUR BASQUE INVEST

Invest French Basque Country, de son petit nom Basque Invest, est une entité de la Chambre de commerce et d'industrie qui œuvre auprès de chefs d'entreprise de France et d'ailleurs, pour faire du Pays basque un lieu d'implantation économique. Imaginée il y vingt-et-un ans par Bernard Darretche et Jean-Jacques Lasserre, la structure compte trois professionnels : Ferdie Teiletchea, Karlos Hebrard-Epalza et François Applagnat-Tartet. Ce dernier souligne : *"Aujourd'hui, notre objectif est de prospecter (y compris à l'étranger) et se donner les moyens d'aller chercher des entreprises qui vont enrichir le tissu économique du territoire. Pour cela, une bonne connaissance du territoire est indispensable, tout comme savoir compléter une chaîne de valeurs pour chacun des secteurs d'activité. Nous nous concentrons sur ce qui manque à ces chaînes de valeurs, pour tenter de combler les vides."* Avec, en ligne de mire, la création d'emplois.

Depuis ses débuts, la structure a connu de belles réussites, en accompagnant l'implantation d'entreprises comme Volcom, Laminoir des Landes ou encore MFA (à Saint-Palais). Et, avec elles, la création de près de 3 500 emplois.

PAUSE CAFÉ

S'INSPIRER DE NOUVELLES MÉTHODES DE DÉVELOPPEMENT, SURPRENDRE SES COLLABORATEURS OU S'ENGAGER DANS UNE DÉMARCHE ÉCO-RESPONSABLE… QUATRE PÉPITES POUR BLUFFER VOS COWORKERS AU PETIT MATIN.



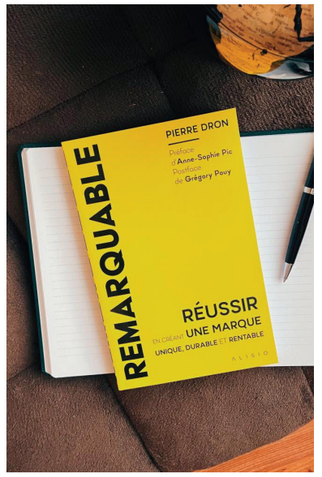


UN SITE POUR ADOPTER DES VIGNES DANS UN DOMAINE D'EXCEPTION

En partenariat avec une vingtaine de domaines viticoles partout en France et deux oliveraies, Cuvée Privée consiste à adopter des parcelles chez des producteurs engagés dans une agriculture durable pour recevoir des produits personnalisés, toute l'année. Les "adopteurs" reçoivent leur propre cuvée à leur nom, une bouteille surprise tous les trois mois et rencontrent le producteur sur leur domaine. Vous êtes une entreprise ? Cuvée Privée a lancé une offre business, qui propose d'offrir la cuvée de votre choix à vos collaborateurs ou clients. Un cadeau original et symbolique.

Cuvee-privee.com

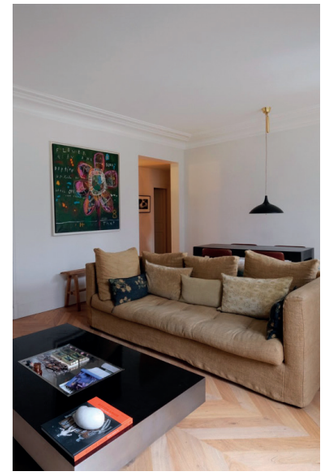
L'abus d'alcool est dangereux pour la santé. À consommer avec modération.



UN LIVRE POUR (RE)POSITIONNER SA SOCIÉTÉ À PARTIR DE SOI

Couverture jaune, typographie noire, *Remarquable* porte bien haut son nom et sa promesse : "*Réussir en créant une marque unique, durable et rentable.*" Presque trop ? En réalité, elle permet de (re)penser votre entreprise face aux défis du monde, d'explorer des solutions et de développer votre projet en partant de vous. Au programme : une méthode, des exemples, des exercices concrets et des bonus pour faire la différence et changer… en bien. Validé !

***Remarquable : réussir en créant une marque unique, durable et rentable,* de Pierre Dron (éditions Alisio, 2021).**



UN E-SHOP SPÉCIALISÉ DANS LES MATÉRIAUX ET OBJETS ANCIENS

Créée en 2019 par Lorraine Goumot et Jean de Varine, la plateforme en ligne Ligerio est devenue en moins de deux ans la référence "bon plan" des bricoleurs pour l'aménagement et la décoration d'intérieur et d'extérieur. Dallages en pierre naturelle, tomettes en terre cuite, parquets en point de Hongrie mais aussi braseros, vases et pots…. Les nombreux produits mis en ligne sont rigoureusement sélectionnés et proposés à des prix compétitifs grâce à un sourcing direct auprès des fabricants et artisans.

Ligerio.fr



UN ENGAGEMENT POUR EN FINIR AVEC LES BOUTEILLES EN PLASTIQUE

Bonne nouvelle ! La SNCF a récemment annoncé la fin de la vente de bouteilles en plastique à bord de ses trains. Un engagement de taille, quand on sait que, chaque année, il s'en écoulait près de deux millions dans les voitures-bars. La bouteille en plastique sera donc remplacée par "L'Eau neuve", dont l'emballage est 100% éco-responsable. Pour favoriser le recyclage et réduire le gaspillage alimentaire, un tri sélectif sera également mis en place. Enfin, les producteurs français seront privilégiés, comme c'est le cas dans la nouvelle recette du croque-monsieur, désormais 100% made in France. Beaux efforts.

Eauneuve.fr



QUAND LE WEB NOUS FACILITE LE QUOTIDIEN

À L'HEURE DU TOUT DIGITAL, DE NOMBREUSES ENTREPRISES ET START-UPS FRANÇAISES ONT DÉVELOPPÉ DES SERVICES PRATIQUES, INNOVANTS ET ORIGINAUX À DESTINATION D'UTILISATEURS DE PLUS EN PLUS CONNECTÉS. SECONDE MAIN, SERVICE À LA PERSONNE, FORMATION… TOUR D'HORIZON DE CES SITES WEB QUI ONT CHOISI L'INNOVATION POUR RÉPONDRE AUX NOUVEAUX ENJEUX SOCIAUX ET ÉCONOMIQUES.

Avez-vous entendu parler de l'entreprise Patatam, basée à Hastingues, dans les Landes ? Depuis sa création, en 2013, cette société de service en ligne de revente de vêtements de seconde main pour femme, enfant et bébé, rencontre un succès fulgurant. Le principe ? Pour vendre, le particulier envoie ses vêtements à l'entreprise dans un "Patabag". Une fois réceptionnés, les vêtements – d'abord soumis à un contrôle qualité – sont mis en vente, les particuliers recevant leurs gains sous quatorze jours. Pour acheter, il suffit de parcourir la boutique en ligne ou se rendre dans les magasins d'Anglet, Torcy et Villejuif. Preuve du succès de l'entreprise, d'autres ouvertures sont prévues d'ici la fin de l'année, notamment à Biarritz, Marseille et Roubaix. À terme, Patatam souhaite pouvoir envoyer près d'un million d'articles par mois à tous ses partenaires ! Mais le boom de la seconde main ne concerne pas seulement la mode. En effet, pour celles et ceux qui souhaiteraient acheter des produits high tech sans se ruiner, Back Market (attention, pas black market !) propose des smartphones et ordinateurs portables reconditionnés *"aussi fiables que désirables"*.

LA FORMATION SANS CONTRAINTES

Dans la série des services innovants qui ont disrupté leur domaine, la formation en ligne est en très bonne place. Y compris pour de longs cursus. Ainsi, une entité comme Open Classroom propose de suivre des formations en alternance, 100 % en ligne et d'une souplesse incroyable au niveau des emplois du temps et des contenus. RH, gestion, communication, marketing, design… le site offre des parcours diplômants pour tous, de bac+2 à bac+5, et reconnus par l'État. Avec, cerise sur le gâteau, une assurance "emploi garanti" : si vous ne trouvez pas de job, la formation est remboursée…

Avec Ornikar, c'est carrément l'apprentissage de la conduite qui est dépoussiéré. Fini, l'école de conduite traditionnelle. Le code peut être passé le jour même, pour moins de trente euros. Alors, comment ça marche ? Les leçons de conduite sont organisées près de chez le client, par des examinateurs freelance. Et la plateforme propose des formations inédites pour reprendre confiance au volant après un accident ou une longue période sans rouler. ● ● ●

L'AIDE À LA PERSONNE, UN SECTEUR EN PLEINE CROISSANCE

JustBip Assistance est un service gratuit en plein développement, qui a pour ambition de rendre les villes accessibles aux personnes à mobilité réduite. Le principe ? Pouvoir leur assurer une tranquillité de déplacement en équipant un maximum de lieux – station-service, restaurant, pharmacie… – de leur service, leur permettant ainsi de demander et obtenir de l'aide avec leur téléphone portable, via l'application.

La plateforme Yoopies (du groupe Worklife) propose, quant à elle, une multitude de services : aide à domicile, garde d'enfant, d'animaux, soutien scolaire ou ménage. Une entité connue surtout pour ses baby-sitters, qui recense près de 850 000 profils, dont 100 000 assistantes maternelles. Le site avait d'ailleurs failli exploser sous le poids des connections, le jour où le président Emmanuel Macron avait annoncé la fermeture des écoles, en mars 2020.

À Bidart, Kompaï Robotics, dirigée par Vincent Dupourqué, a mis au point un robot d'accompagnement pour les personnes dépendantes, "Kompaï the robot", qui assiste dans la mobilité et l'animation les soignants et les résidents seniors dans les établissements de santé. L'innovation est permanente : durant la crise sanitaire, le robot a dû apprendre à détecter les personnes dans son périmètre et à leur rappeler les gestes barrières, tout en leur fournissant du gel hydro-alcoolique !

DES INITIATIVES POUR ACCOMPAGNER LES INDÉPENDANTS

Si entreprendre à petite échelle pouvait, encore il y a peu, rebuter les plus motivés, des services de création en ligne comme Legalstart propose des mesures à la fois publiques et privées pour financer et favoriser l'aide à la création d'entreprises innovantes ! La banque en ligne Qonto est un parfait complément : pour neuf euros par mois, un néo-professionnel peut bénéficier de nombreux services, tout en gérant ses comptes depuis son appareil numérique.

Vous êtes freelance et à la recherche de missions dans le digital ? Le site Codeur.com est un véritable mastodonte, permettant de répondre à des appels à projets dans le domaine du e-commerce, du Web, du graphisme, du webmarketing… La plateforme a tellement bien fonctionné, qu'elle a lancé des petits frères comme Redacteur.com, entièrement dédié à la rédaction de contenus. Dans le même esprit, Malt, place de marchés en ligne, propose un panel de 280 000 freelances !

DES TRANSPORTS MUTUALISÉS ET OPTIMISÉS

Pour commander un chauffeur, rien de plus simple : Uber, Blablacar ou encore le low-cost Bolt, cette licorne estonienne qui s'est lancée dans une politique tarifaire agressive et promet des déplacements à très petits prix. OuiCar ou Getaround (ex-Drivy) proposent, quant à eux, la location de voitures entre particuliers. Et ça marche fort.

Même le gouvernement s'y met : en juillet dernier, Jean-Baptiste Djebbari, ministre chargé des Transports, a reçu un rapport de préfiguration de l'Agence de l'innovation pour les transports (AIT) – créée en avril dernier – dans lequel on apprend notamment que les Français réalisent environ trois déplacements par jour, pour un total de 181 millions de déplacements quotidiens. L'administration se veut ainsi précurseur et *"accompagner ceux qui dessinent les transports de demain"* en développant des appels à projets dans différents domaines des transports durables – terrestres, fluviaux et maritimes : communautés de données, intrapreneuriat et aménagement des espaces pour un usage multiple. Là encore, les services innovants seront récompensés.

SE CONNECTER POUR MIEUX SE SOIGNER

La santé, c'est certainement le domaine où les innovations sont les plus remarquables. Aujourd'hui, la e-santé – voire, la m-santé (m pour mobile) – transforme l'approche médicale et sauve des vies, en particulier grâce à un suivi pointu et une prévention optimale.

À Biarritz, c'est un géant des dispositifs médicaux numériques qui officie. La start-up devenue société Betterise Health tech (qui a remporté le grand prix du jury des trophées de l'e-santé en 2021), édite des solutions de télésurveillance et d'analyse de données de vie réelle en oncologie (Oncolaxy) et cardiologie (Cardiolaxy). Cofondée par Paul-Louis Belletante, Christophe Brun, Michel Cymes et son frère Franck, Betterise construit des dispositifs médicaux de télésurveillance à domicile pour des patients atteints de cancer ou de problèmes cardiaques. C'est aussi une batterie d'applications utiles au quotidien, comme Moi, bientôt maman (pour le suivi de grossesse) et des partenariats avec plus d'une soixantaine d'établissements hospitaliers.

D'autres innovations dans le domaine de la santé ont vu le jour, comme le pilulier connecté "Imedipac" de Medissimo – qui permet de sécuriser la bonne prise de médicaments – ou l'application à destination des sourds et des malentendants Rogervoice, capable de sous-titrer les appels téléphoniques en direct. Et ce n'est qu'un début, les innovations en e-santé, grâce à une compréhension plus fine des facteurs de risque et mécanismes des pathologies, devraient permettre de se diriger vers une médecine prédictive. ●



Patatam est un service en ligne de revente de vêtements de seconde main basé dans le Sud-Ouest.



Installée à Biarritz, la société Betterise Health Tech assiste les soignants dans la prise en charge thérapeutique de leurs patients à distance.



LIFESTYLE.

Fabricant de sièges de bureau et de solutions d'assises pour les professionnels depuis plus de cinquante ans, l'entreprise Sokoa a pour objectif principal la création d'emplois au Pays basque. Une aventure collective atypique et remarquable. Explications.

Sokoa lance son activité en 1971 avec comme postulat de départ : créer des emplois au Pays basque en plaçant de l'épargne populaire au profit du territoire. À l'époque, localement, le secteur du travail se divise en deux : l'agriculture et le tourisme. Résultat, les jeunes partent faire des études dans d'autres grandes villes mais ils ne reviennent pas. Il fallait trouver une solution pour la future génération. D'un côté, il y avait le Pays basque espagnol, très industriel, et, de l'autre, le Pays basque français avec les débouchés commerciaux. Sokoa commence son activité sur cette complémentarité avec le négoce de différents produits. À la création de cette activité : 24 personnes actionnaires, réunies autour de Patxi Noblia, nombre qui n'a cessé d'augmenter avec les années pour atteindre aujourd'hui plus de 1110 personnes. Dans les années 80, Sokoa ouvre son atelier de tapisserie pour la couture et le garnissage. Le pôle design et conception voit le jour au début des années 90, puis la société rachète et réhabilite des friches industrielles désaffectées et monte en capacité. De négociant, l'entreprise est devenue un vrai industriel et fabricant. "*Nous ne sommes pas une industrie très automatisée comme l'automobile ou d'autres secteurs d'activité. Nous axons notre production sur les savoirs-faire : il y a une certaine productivité, tout en conservant beaucoup de tâches manuelles qui nécessitent de la main d'œuvre et permettent de créer de l'emploi*", explique le directeur général de Sokoa, Timothée Achéritogaray.

À l'affût des tendances et des évolutions du marché, le style du mobilier reflète bien l'identité basque : des produits beaux, élégants, durables et ergonomiques avec un rapport qualité prix très compétitif. Sokoa travaille également sur le "soft seating", des solutions d'assises pour tous les moments d'une journée de travail : brainstorming, repos, écriture, pause café, etc. "*Très rapidement, nous avons placé le design au cœur de notre stratégie. Nous collaborons avec des designers historiques comme Jean-Louis Iratzoki ; mais aussi Piergil Fourquié que nous avons rencontré à un concours de design organisé par le French Design*", développe Timothée Achéritogaray.

Côté sourcing, l'équipe privilégie le local : 37 % des achats sont réalisés dans un rayon de 200 km autour d'Hendaye. Pour la dernière gamme de chauffeuses modulaires, "Lotua", imaginées pour les cafés-restaurants et hôtels, le curseur est monté à 90 % !

Les prochains dossiers en cours ne désemplissent pas avec, en haut de la pile, un travail concernant les matières éco-conçues et des produits biosourcés, une réflexion sur la question de l'emballage, un enjeu sur les services et la seconde vie des sièges et l'augmentation de la production, avec l'achat d'un bâtiment industriel de plus de 6 000 m^2. Et Timothée Achéritogaray, de conclure : "*Je suis très confiant sur l'avenir de Sokoa pour encore mieux satisfaire nos clients et surtout, à terme, continuer de créer de l'emploi local et pérenne.*" Un business au cœur d'un système vertueux. ●

26, rue de Béhobie, et rue de l'Industrie, à Hendaye (64).
Tél. : 05 59 48 24 82.
Sokoa.com

LE CONNECTEUR VALIDE

UN WEEK-END DANS LES PYRÉNÉES, UNE PLAYLIST DE NOËL, UN MOMENT COCOONING À SAINT-SÉBASTIEN… TESTÉS ET APPROUVÉS PAR L'ÉQUIPE DU CONNECTEUR. UNE SÉLECTION "PETITS ET GRANDS PLAISIRS" À PARTAGER.

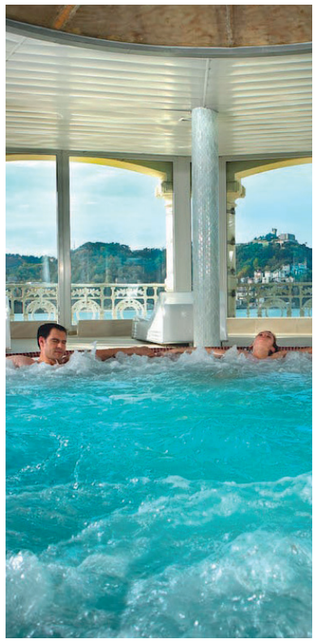
UN CADEAU HAUT DE GAMME

La "LX platine" de La Boîte Concept

Pour les inconditionnels du vinyle, La Boîte Concept a imaginé un véritable objet de design mixant enceinte et platine. À la fois mobilier et système audio avancé, la "LX Platine" allie le savoir-faire d'une maison artisanale (basque) aux nouvelles technologies digitalisées du son. Système sans fil, smartphone, tablette, ordinateur… tout a été pensé pour s'adapter aux modes de vie et aux environnements contemporains. Côté son, il est digne d'un orchestre live, peu importe la source sonore. En bonus, cette version est équipée d'une étagère pour le rangement de vos vinyles.

À partir de 2 890 €.
Laboiteconcept.com





UN MOMENT DE DÉTENTE

Le Spa la Perla, à Saint-Sébastien

C'est dans le cadre idyllique de la baie de La Concha, à Donostia-San Sebastián, que l'on profite d'un circuit thalasso avec vue sur la mer. Ce circuit, très complet, offre une diversité de soins: piscine d'hydrothérapie, sauna, bains de vapeur marine, bain froid d'eau de mer, lits d'eau, espace de détente… Pour les plus téméraires, le lieu dispose d'un accès direct à la plage pour piquer une tête dans l'Atlantique avant de se laisser aller dans le jacuzzi panoramique.

La-perla.net

UN WEEK-END DANS LES PYRÉNÉES

La station de ski Cauterets

Le temps d'un week-end, on prend un peu de hauteur pour faire le plein d'air pur, à Cauterets. Du skieur débutant au skieur confirmé, chacun y trouve sa place. Et si le ski alpin n'est pas votre tasse de thé, alors vous pouvez vous essayer au ski nordique, aux raquettes, à la luge ou profiter des multiples activités proposées en ville: cours de yoga, mini-golf, patinoire. Le matin, depuis le haut des pistes, on contemple les sommets emblématiques des Pyrénées et l'après-midi, on s'offre un moment de détente dans les eaux chaudes et curatives des Thermes de Cauterets. Joli programme, n'est-ce pas?

Cauterets.com

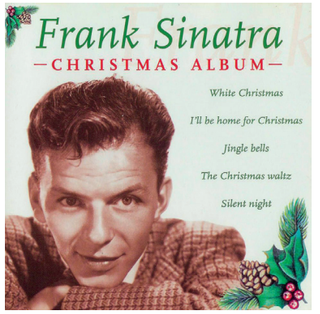


UNE COMPILATION ENCHANTÉE

Les chansons "Christmas" de Frank Sinatra

Pour les amoureux des veillées en famille ou entre amis, au coin du feu, emmitouflés dans des gros pulls de Noël, sirotant des chocolats chauds, quoi de mieux que la voix de diamant de Frank Sinatra pour accompagner ces moments. Nous avons sélectionné pour vous la playlist Spotify de Frank Sinatra, "Christmas". Celle-là même qui donne envie de claquer des doigts en rythme, d'abuser des décorations de Noël, de se balader dans les rues de New York sous la neige… Faites-vous plaisir, laissez-vous aller.

À écouter sur Spotify.

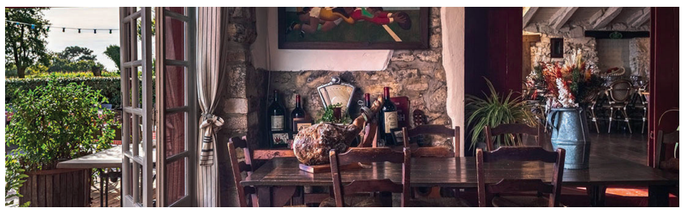




UN LIVRE PASSIONNANT

Cent Ans de solitude de Gabriel García Márquez

On prend le temps, on s'assoit sur son canapé, bien calé, un café ou un chocolat chaud juste là, à côté, et on saisit le livre, *Cent Ans de solitude* de Gabriel García Márquez. Ici commence le voyage, le dépaysement. L'auteur nous prend par la main et nous conduit à travers le temps dans une course folle, mais lente, celle de la famille Buendia, acculée à vivre cent ans de solitude par la prophétie du gitan Melquíades. Livre emblématique d'un courant littéraire nommé réalisme magique, la lecture de cet ouvrage devrait être rendue obligatoire dans nos temps effrénés ou seule compte l'immédiateté.

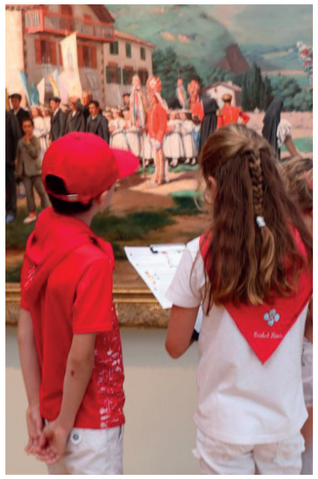


UNE TABLE AUTHENTIQUE

Ostalapia, à Ahetze

Au Pays basque, la mer et la montagne se partagent le territoire et se répondent harmonieusement. Du coup, après avoir profité du restaurant Ostalamer et de sa vue imprenable sur l'océan pendant la période estivale, que diriez-vous de vous installer à la table d'Ostalapia et de vous laisser séduire par le charme simple de cette ancienne ferme du XVII[e] siècle, nichée dans la montagne? On y est accueilli avec chaleur, on y mange avec bonheur, on y dort avec douceur.

Ostalapia.com



UNE SORTIE EN FAMILLE

Jeu de piste au musée

Et si on allait au musée en famille? Belle initiative proposée par le Musée basque de Bayonne pour aider les jeunes à mieux comprendre la richesse des lieux, ces deux parcours proposés en français et en euskara: "À petits pas avec les animaux du musée", à destination des plus petits, qui doivent partir à la recherche des animaux qui se cachent dans les collections du musée. Et "Où est Ardi?", pour les 6/12 ans, les encourage – en une dizaine de haltes, de questions et de points – à écouter, sentir, toucher.

Musee-basque.com

J'AI TESTÉ
LA THALASSO ATLANTHAL D'ANGLET

APRÈS LE STRESS DE LA RENTRÉE, LES CAPRICES DE L'AUTOMNE ET AVANT LA FOLLE PÉRIODE DES FÊTES, PASSER UN APRÈS-MIDI À ME FAIRE CHOUCHOUTER N'ÉTAIT PAS POUR ME DÉPLAIRE. RENDEZ-VOUS EST PRIS AU CENTRE DE THALASSOTHÉRAPIE ATLANTHAL, À ANGLET.



Ce jour-là, le temps est maussade. La pluie et le vent se déchaînent dehors et j'arrive littéralement trempée à l'intérieur du centre de thalassothérapie d'Anglet. Instantanément, je suis frappée par la lumière et la hauteur sous plafond du patio. En 2020, la direction a profité de la fermeture des lieux pour repenser la décoration et harmoniser les différents espaces, de l'espace bien-être à la salle de sport en passant par l'hôtel et le restaurant. Mission réussie ! L'endroit est élégant, chaleureux et, sitôt le peignoir et les sandales blanches de rigueur enfilées, je me sens dans une bulle de douceur, déconnectée du monde extérieur. Pour mon après-midi détente, j'ai choisi trois soins du corps, espérant à la fois me ressourcer et détoxifier mon organisme. Accueillie avec professionnalisme par le personnel d'Atlanthal, je m'installe dans le nouvel espace tisanerie et me laisse rapidement envahir par la plénitude ambiante, en total abandon. Une fois n'est pas coutume, je lâche prise et je me délecte du bon moment que je suis en train de m'accorder.

LA CABINE VITAL DÔME

Ma tisane terminée, une jeune femme m'accompagne jusqu'à la cabine Vital Dôme, première étape de mon parcours de soins. Cet outil innovant propose des séances d'environ trente-cinq minutes d'infrathérapie, technique utilisant des rayons infrarouges longs qui réchauffent en profondeur le corps, à l'instar d'un sauna ou d'un bain de vapeur. Inspiré d'une cure détoxifiante traditionnelle japonaise, le Vital Dôme provoque une sudation plus ou moins intense (selon votre demande) afin d'éliminer les toxines et favoriser la régénération des cellules. Paisiblement installée dans la cabine, ma séance débute avec une musique douce, une lumière tamisée et un massage crânien. Même en ayant choisi une chaleur peu intense, je constate rapidement l'effet de la sudation et apprécie la sensation de laisser s'échapper de mon corps toutes ses toxines. Une fois sortie de la cabine, ma peau est incroyablement douce. Miracle de la sudation sèche !

L'ENVELOPPEMENT AU BEURRE DE KARITÉ DES ÎLES

Déjà très détendue, je me dirige vers une autre salle de massage… Ici, l'esthéticienne m'enduit le corps de beurre de karité puis m'enroule dans une couverture chauffante. Si j'ai la sensation d'être enveloppée dans un gros sac de couchage, je ne me suis jamais sentie aussi sereine (ni au chaud) durant une nuit de camping. Les vingt minutes de soin passent très vite, mais permettent aux actifs marins présents dans le beurre de karité de faire leur travail : hydratation, reminéralisation, revitalisation de la peau et dilatation des pores. En sortant de la cabine, mon corps est détendu comme jamais, ma peau plus douce que celle d'un bébé et j'envisage de ne plus prendre de douche afin de conserver sur moi l'odeur enivrante.

LE MASSAGE AKWATERRA

Ultime soin de mon planning : le massage Akwaterra – d'une durée de cinquante minutes – qui, je le sens, va définitivement me faire basculer du côté de la plénitude totale. La masseuse m'avertit même que je risque de m'endormir… La technique Akwaterra s'inspire de procédés de massage indiens, avec l'utilisation de pochons en porcelaine associés à un massage à l'huile chaude. Les yeux fermés, le corps détendu et le cerveau au ralenti, ce soin me libère l'esprit tout en retonifiant mes muscles, un peu "endormis" par les soins précédents. Avant de partir, je plonge dans le lagon, un bassin de 350 m² d'eau de mer chauffée à 33°C dont les bienfaits pour les articulations ou encore le système circulatoire ne sont plus à prouver. Loin de finir la journée alanguie et au ralenti, je me sens au contraire très en forme et d'attaque pour affronter les semaines à venir. ●

Centre de thalassothérapie Atlanthal,
153, boulevard des Plages, Anglet (64).
Tél. : 05 59 52 75 85.
Contact : info@atlanthal.com
Atlanthal.com





UN PEU PLUS PRÈS
DES ÉTOILES...

EXPÉRIENCE UNIQUE EN SON GENRE, L'ASCENSION VERS L'OBSERVATOIRE DU PIC DU MIDI EST ACCESSIBLE EN QUINZE MINUTES VIA DEUX TÉLÉPHÉRIQUES. À 2 877 MÈTRES D'ALTITUDE, UN PANORAMA MAGNIFIQUE S'OUVRE SUR LA CHAÎNE DES PYRÉNÉES ET UNE PARTIE DU VILLAGE, OÙ LA SCIENCE DÉCRYPTELES ÉTOILES DEPUIS, PLUS DE 140 ANS. PRIVILÈGE.

À environ 2 h 30 en voiture de la côte basque, ce petit périple mérite vraiment le détour et commence au premier tronçon du téléphérique situé au cœur de la station de ski de La Mongie, avant de grimper jusqu'à la gare intermédiaire du Taoulet. Et si un deuxième téléphérique a été construit en 1952 jusqu'à l'observatoire du Pic du Midi, il est réservé aux scientifiques. Le grand public n'y accède qu'en l'an 2000 et, en 2003, le site est classé pour la "beauté de son paysage". Ici, depuis plus de 140 ans, des chercheurs et techniciens de l'espace observent, décryptent et photographient le ciel et toutes ses planètes jusqu'aux plus lointaines galaxies.

Depuis la grande terrasse de 750 m², le regard plonge littéralement au nord sur toute la plaine du Sud-Ouest jusqu'aux premiers contreforts du Massif central. De là, des tables d'orientation indiquent les principaux sommets de la chaîne des Pyrénées, de la Catalogne jusqu'au Pays basque. En 2015, de nouvelles installations et outils d'animation voient le jour... et le ciel se dévoile un peu plus grâce à différentes animations.

À l'extérieur, tout au bout de la grande terrasse, une passerelle métallique de 12 mètres de long tutoie les nuages vers un point de vue unique... et vertigineux. Pour affronter le vide, il est vivement conseillé de regarder loin vers l'horizon. De là, un "photopoint" gratuit permet de garder en image ce moment sans sortir le téléphone portable de sa poche.

À l'intérieur, dans le dôme, un planétarium de huit mètres de diamètre accueille 45 places assises avec fauteuils inclinables. Ainsi installés, les spectateurs s'immergent totalement dans l'animation qui dure environ une heure. "L'Épopée du Pic", d'abord, permet de comprendre l'histoire et les secrets de la montagne. S'ensuit une sélection de quatre films, qui permettent de mieux appréhender et comprendre le monde à travers différentes thématiques, exploits et découvertes scientifiques majeures.

Toujours à l'intérieur, une partie "espace expériences" présentent cinq îlots thématiques chères au Pic du Midi : l'atmosphère ("Voyage au centre des nuages"), la lumière ("Une brève histoire de la lumière"), le soleil ("Objectif soleil"), la lune et les petits corps du système solaire ("De la lune à la Terre") et les rayons cosmiques ("Les particules mystérieuses"). Tout au long du parcours, le visiteur expérimente et apprend sur les différents instruments scientifiques pour observer la galaxie.

À quoi sert une coupole ? Comment fonctionne un télescope ? C'est ce que propose la troisième animation au sein de l'ancienne coupole qui accueillait le sidérostat, un instrument d'astronomie permettant d'observer le soleil. En tout, 27 personnes assises peuvent assister à un spectacle visuel et sonore de vingt minutes alternant film d'animation et vue en contre-plongée du télescope "en action" avec jeu de sons et de lumières.

Mais ce qui confère au Pic du Midi sa spécificité et son caractère unique (vous le sentirez si vous prenez des photos) est sa lumière particulière et la stabilité de son atmosphère liée à son positionnement géographique. La pureté de l'air permet une rare qualité d'observation du ciel et du panorama. Un mini voyage lunaire pour prendre de la hauteur, rêver et respirer hiver comme été.



@ Cyril Garrabos





Une nuit lunaire au sommet

Le soir, le site prend une tout autre dimension... Accompagné par un spécialiste en astronomie, il est possible de passer un moment inoubliable à regarder et à étudier les astres à l'œil nu et à travers un télescope 400 mm, au cœur de la coupole Charvin. Un dîner traditionnel et régional est proposé dans le restaurant et toutes les chambres ont une vue imprenable sur les Pyrénées. Le lendemain matin, après avoir profité du lever du soleil, on découvre les coupoles scientifiques et on partage quelques moments de la vie des chercheurs.

"Nuit au sommet", à partir de 394 € en chambre individuelle.

Entrée : 45 € pour les adultes, 27 € pour les enfants.
Picdumidi.com

5 PODCASTS À ÉCOUTER AVEC OU SANS CASQUE

DANS LES TRANSPORTS EN COMMUN, EN PRÉPARANT UN DÎNER OU LORS DE SON ENTRAÎNEMENT, LE PODCAST NOUS OFFRE UN MOMENT DE PARENTHÈSE AU COURS DE LA JOURNÉE. ICI, LES COUPS DE CŒUR DE CINQ RÉSIDENTS DU CONNECTEUR..

1



"Wake Up Conversations" d'Anaïs Raoux

"Ce podcast esquisse les contours d'un monde du travail humaniste. Dans ces interviews, Anaïs Raoux – co-fondatrice et CEO de l'école de développement de talents Wake Up –, invite des entrepreneurs, sociologues, scientifiques et philosophes à partager leurs expériences et recherches sur des thématiques telles que le management, les potentiels et l'entreprenariat. Cette émission a déjà accueilli des intervenants inspirants – Jonathan Lehmann, Bernard Werber, Emmanuelle Duez, Ronan Le Moal, Cyril Dion – et certains épisodes – 'Faire la révolution avec des histoires' ou 'Manager avec le cœur' – m'ont particulièrement marqué par leur authenticité et leur simplicité. Il y a également des témoignages déroutants, voire bouleversants, comme celui de Magda Hollander-Lafon, 92 ans, qui raconte avec beaucoup de sagesse comment l'intuition l'a sauvée de l'horreur d'Auschwitz. Chaque épisode m'a apporté de nouvelles pistes de réflexion, des clés de compréhension et, toujours, l'inspiration. Je recommande son écoute sans modération."

Benoit Dufaure,
co-fondateur et CEO de l'agence de communication Bennie Studio.

2



"Les dessous de la voile" d'Anne Millet, Vanessa Lambert et Olivia Maincent

"Son écoute me divertit et m'enchante au plus haut point; j'ai toujours aimé la radio, les voix, les conversations et leurs tonalités. Créé par des filles 'dans le vent' et ultra-dynamiques (l'une d'entre elles a d'ailleurs été mon associée durant vingt ans), ce podcast parle de la voile avec un regard différent. Quel plaisir, d'écouter les récits de femmes et d'hommes de mer, coureurs au large ou régatiers olympiques, jeunes espoirs ou 'retraités légendaires'. Des personnalités différentes se livrent, tout y est: l'humain, le rire, le récit, l'émotion, en faisant la part belle à l'humour. De nombreuses missions m'ont emmenée sur les pontons des courses au large, aux départs et aux arrivées, de l'autre côté d'un océan, œuvrant au service de navigateurs/rices, de partenaires ou de courses à la voile. Je connais beaucoup d'entre elles et eux depuis longtemps et j'apprends encore beaucoup de choses. 'Les dessous de la voile' m'emporte et me détend lors d'un voyage en train ou devant la mer, en marchant. Tous ces récits de courses, dans la voix de ces personnalités hors normes et pourtant si humbles et sympathiques, me mettent en joie."

Caroline Concetti,
directrice de l'agence de communication 1001 vagues.

3



"Les Baladeurs" par Les Others

"Pendant le confinement, j'ai cherché – comme beaucoup, je pense – à m'échapper par d'autres moyens. Ce podcast m'a permis de voyager à l'autre bout du monde depuis chez moi. Ce sont les aventuriers eux-mêmes qui racontent leurs bonheurs et leurs déconvenues depuis la banquise, les montagnes ou encore dans des trains... La narration est passionnante et le montage sonore complètement immersif!"

Julien Ott,
fondateur et CEO de l'application Appaloosa.



4



"Comment tu fais? de Laury Thilleman

"Laury Thilleman a lancé ce podcast en septembre dernier. Dans ses épisodes, l'ancienne Miss France 2011 – également journaliste, sportive, influenceuse, cheffe d'entreprise, animatrice de télévision... – dévoile sa méthode de positive attitude. Tous les quinze jours, avec ou sans invités et pendant une dizaine de minutes, il est question d'arrêter de culpabiliser, de lâcher un peu la pression et de s'autoriser à vivre toutes nos émotions. Des conseils à la hauteur de sa bienveillance où chacun peut s'identifier, rebondir, se relever et accomplir de bonnes actions, sans que cela paraisse insurmontable. J'aime son authenticité, ses engagements, son audace et son côté punchy qui te donne envie de soulever des montagnes... Une belle philosophie!"

Masy Elissalde,
chargée de voyage sur-mesure chez Allées Venues.

5



"GrowthMakers" de Gabriel Gourovitch

"Dans chaque épisode de ce podcast, les dirigeants de start-ups françaises – Jean-Charles Samuelian-Werve, co-fondateur de l'entreprise d'assurance santé Alan, Céline Lazorthes, fondatrice et dirigeante du groupe Leetchi et Mangopay, ou encore Frédéric Clément, CSO chez Lengow – sont invités à s'exprimer sur la stratégie, le process et les outils utilisés pour le développement de leur business. Comment multiplier par dix le CA moyen mensuel? Par deux cents le nombre de prospects à moindre coût? Comment pénétrer des marchés dans de nouveaux pays? Les questions sont cash, les réponses concrètes. C'est souvent très inspirant et en lien avec les problématiques de mes clients chez Good Light."

Antoine Ferrier,
directeur de clientèle de l'agence conseil média Good Light.

UNE RECETTE "WAOUH" POUR LES FÊTES

CHEF ASSOCIÉ AU RESTAURANT BISTRONOMIQUE MARLOE BIARRITZ, ANTHONY RUFFET NOUS PARTAGE LE SECRET DE LA VOLAILLE ALBUFERA, UN PLAT DE FÊTES À REFAIRE (FACILEMENT) À LA MAISON, LE SOIR DU RÉVEILLON.

“Ce plat traditionnel d’exception a un secret que je vais vous confier : la sauce Albufera. Composée de foie gras, de truffes et d’un mélange d’alcools de cognac, madère et porto, elle vient napper la volaille. Pour jouer la carte locale, je vous conseille de choisir un poulet basque, le Baserri. Côté garnitures, nous utilisons des cèpes bouchons – ou toute sorte de champignons sauvages – poêlés à la graisse de canard, avec des pousses de chou kale. À elle seule, cette sauce aux produits nobles et riche en saveurs impressionnera vos invités lors de vos repas de fêtes… Je vous conseille de l’associer avec un vin rouge Gevrey-Chambertin, cuvée Ostréa 2017, du Domaine Trapet, père & fils.”

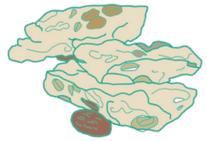
Ingrédients pour la sauce Albufera

- 4 cL de madère
- 4 cL de porto rouge
- 4 cL de cognac
- 40 cL de bouillon de volaille
- 1/2 L de crème liquide
- 50 g de foie gras mi-cuit
- 100 g de beurre
- PM sel
- PM huile de truffe

Réalisation

Dans une casserole, associer les différents alcools avec le bouillon de volaille, puis réduire au trois quarts. En parallèle, réduire au deux-tiers la crème liquide puis y incorporer le mélange alcool et fond de volaille préalablement réduit. Mettre l’ensemble dans un blender, mixer afin de réaliser la liaison avec le beurre et le foie gras mi-cuit. Au moment de servir, rectifier l’assaisonnement en sel et parfumer avec l’huile de truffe. Pour le plaisir, vous pouvez râper de la truffe fraîche “Melano” sur votre volaille.





LE TOURON À LA MANDARINE, YUZU & TRUFFE BLANCHE, RAFA GORROTXATEGI

Jolie gourmandise pour les soirées de fin d’année, ce nougat est fabriqué avec une délicate truffe blanche à laquelle s’ajoute une touche de mandarine et de yuzu. En bouche, sa saveur est vraiment surprenante.

Son truc en plus ? *“Ce touron a reçu la médaille d’argent – mention spéciale, classique – de la catégorie Italie/Méditerranée de l’International Chocolate Awards, en 2020.”*

13,80 € les 250 g.



LES MACARONS GORROTXAS, RAFA GORROTXATEGI

Délicieux gâteaux moelleux confectionnés à la main, ces macarons basques à la texture surprenante ont été réalisés avec une sélection rigoureuse de 45 % d’amandes en poudre, 45 % de jaunes d’œufs (et non les blancs comme les traditionnels macarons) et 10 % de sucre.

Leur truc en plus ? *“Ils sont idéaux, en accompagnement d’un bon café ou d’un thé de Noël.”*

19,50 € les 12 pièces (360 g).

LES TRÉSORS SUCRÉS DE JOHANNA MARTINS

“C’EST AVEC UN PLAISIR NON DISSIMULÉ QUE JE REPÈRE DES PÉPITES GOURMANDES POUR AGRÉMENTER LES DESSERTS OU ACCOMPAGNER UNE BOISSON CHAUDE. EN VOICI CINQ À RETROUVER AU CORNER ÉPICERIE DU RESTAURANT MARLOE BIARRITZ”



LA CRÈME DE PISTACHE DE SICILE & CHOCOLAT NOIR, LES DEUX SICILES

Que se passe-t-il lorsque le chocolat rencontre la pistache ? La réponse est simple : les saveurs se subliment ! Vous découvrirez une harmonie de saveurs incomparables.

Son truc en plus ? *“Alliée des gourmets, cette crème peut être tartinée sur de la brioche au beurre, des scones ou des gaufres maison. Et pourquoi pas, réaliser une mémorable babka choco-pistaches !”*

18 € le pot de 330 g.



LE PANETTONE À LA CRÈME DE MANDARINE, LES DEUX SICILES

Sans raisins secs ni agrumes confits, ce panettone est fourré d’une délicieuse crème à la mandarine et glacé au chocolat blanc. Réalisé à partir de produits locaux, dans un laboratoire situé au pied de l’Etna, il est très gourmand. Son secret ? Une levure naturelle, qui offre une texture moelleuse et fondante.

Son truc en plus ? *“Au petit déjeuner, en dessert ou au goûter… c’est le meilleur jamais dégusté !”*

28 € les 500 g.



LA CONFITURE ANATRA POIRE & SAFRAN DE CORSE, ANNE NOCERA

Élaborées à partir des meilleurs produits de l’agriculture insulaire, ces confitures artisanales fines sont irrésistibles… Et accompagnent à merveille des plats sucrés salés, comme un risotto milanais au safran.

Son truc en plus ? *“De nombreux chefs se fournissent chez Anne Nocera. Pour les amateurs de cuisine, cette confiture est pure gourmandise sur une tarte Tatin aux poires de saison !”*

10,50 € le pot de 212 ml.

C'EST DE LA DYNAMITE !

LE CHEVEU ONDULÉ ET LE REGARD VERT AFFIRMÉ, XAVIER DUPUIS-PLANCHARD EST UN PRÉPARATEUR PHYSIQUE PLUTÔT UNIQUE EN SON GENRE. ENTRE BIARRITZ ET HENDAYE, IL PROPOSE TOUTE L'ANNÉE DES COURS TONIQUES ET FUN SUR LA TERRE, LE SABLE OU DANS L'EAU. RENCONTRE.

Sa maturité professionnelle se pare de l'humilité des véritables passionnés. Xavier Dupuis-Planchard est féru de sport : très attiré par l'aspect global du corps, notamment la kinésithérapie, il bifurque pour la préparation physique dans le milieu du sauvetage sportif et de la natation. En stage/STAPS à Toulouse, il entraîne les futurs MNS (maîtres-nageurs sauveteurs) puis retourne sur les bancs de l'école pour quelques mois en management marketing. Son diplôme en poche, il imagine les contours de sa petite société : du mouvement, de la création, du vivant avec deux principales activités, le beach training et le circuit training. En 2014, la marche aquatique est peu répandue, voire inexistante, sur la Côte basque… plutôt connue pour le surf. "*Je me suis intéressé à ce sport assez naturellement car je m'étais bloqué le dos et je ne pouvais plus surfer pendant trois mois. Je suis allé marcher dans l'océan, ce qui m'a permis de renforcer ma ceinture lombaire rapidement et de remonter sur ma planche. Cette activité de plein air est vraiment très intéressante car dynamique et accessible à tous*", explique Xavier. Peu captivé par le longe-côte qui manque de dynamisme, il décide d'orienter son cours différemment et mélange circuit training sur le sable – quinze minutes – et phases dans l'océan – quarante-cinq minutes – pour augmenter l'intensité cardio. "*J'essaie de proposer au groupe* (pas plus d'une dizaine de personnes, ndlr) *une séance qui soit ludique, car je n'aime pas le sport pour le sport. Je me lasse très vite. J'ai envie d'amener les gens à se défouler mais surtout à se faire plaisir*", souligne-t-il. Le cours démarre systématiquement avec un petit échauffement et quelques exercices en binômes pour décoincer l'ambiance du groupe. L'effort est ensuite fractionné avec une succession d'exercices minutés : cinq burpees sur le sable, trente pas de courses dans l'eau au niveau du bassin, un tuto gainage sur le sable, trente autres pas de courses au niveau des épaules avec des mouvements de bras type crawl, puis encore des exercices sur le sable, etc. C'est assez dynamique. "*Je termine toujours mes cours par un moment de relaxation. Le son des vagues aide vraiment à déconnecter, lâcher prise et se recentrer sur soi.*"

Toute l'année, Xavier propose également des cours de circuit training en groupe, à l'extérieur ou en individuel, selon les besoins. "*L'idée est de sortir les gens de chez eux. Il y a toujours quelques spots à l'abri de la pluie basque.*" Pendant quarante-cinq minutes à une heure, le coach aime varier les plaisirs et imagine différents circuits avec des exercices poids du corps et du matériel type slam ball, battle rope et TRX. "*J'amène aussi des gants de boxe pour aider mes élèves à bien se défouler. Ça plaît beaucoup.*" (*Rires.*) Une bulle sportive, à consommer le plus régulièrement possible. ●

Marche aquatique : 20 € la séance. Pas d'abonnement.

Circuit training : 15 € en groupe selon le niveau. 65 € en individuel.

Groupe : sur demande, de quatre à huit personnes.

Entreprise : règlement par mois possible pour un cours par semaine. Sur devis.

Marche-aquatique-cote-basque.com





L'union fait la force !

Dans le but de créer une synergie et de satisfaire une demande croissante d'activités sportives autour de l'océan, Xavier lance en 2021 le collectif Côte Basque Training Club, qui regroupe une équipe bienveillante de coachs professionnels dans différents domaines (yoga, surf, circuit training et beach training). Dans ce cadre, le collectif organise des évènements, séminaires et retraites sportives sur-mesure, en cours collectifs ou individuels. Une expérience locale, originale et pro !

Cotebasquetrainingclub.com

TRAVAILLER LÀ OÙ L'ON A ENVIE DE VIVRE

C'est l'idée fondatrice du projet Connecteur. Chacun doit désormais pouvoir s'établir là où il le souhaite : plus besoin de rejoindre une grande métropole pour courir après l'emploi. Échanger, coopérer et construire à distance est possible partout, grâce aux nouvelles technologies et aux moyens de communication de plus en plus développés. L'évolution des modes de travail – renforcée par la crise sanitaire – a entraîné un vrai changement de paradigme qui ouvre un nouveau champ des possibles : ne plus avoir à choisir entre lieu de vie ou lieu de travail. Dans ce contexte, Le Connecteur se présente comme un espace original, élégant, accueillant, pratique et sécurisant qui permet aux audacieux de venir travailler et de concrétiser leurs idées, même les plus folles. Un lieu inspirant qui pousse à challenger et à grandir.



© Xavier Dumoulin



LES 6 RAISONS D'INTÉGRER LE CONNECTEUR

1 Disposer de multiples services

Faciliter la vie des résidents est le mot d'ordre que s'est fixé Le Connecteur. L'objectif est simple : que chacun d'entre eux puisse se consacrer pleinement à son projet comme à ses ambitions sans jamais se sentir isolé. Espaces de coworking, bureaux fermés, salles de réunion et de créativité, espaces détente, rangements... sont mis à disposition pour offrir un cadre de travail optimal. C'est également un lieu de vie où l'on dispose d'espaces de partage, d'une offre de restauration, d'un parking, d'un studio photo-vidéo, de cours de sport, de la possibilité de siroter un verre sur le Rooftop ou dans l'Atrium, de louer un véhicule ou un vélo en auto-partage pour aller en ville... Au Connecteur, on peut, enfin, organiser ses événements dans des espaces complémentaires : Auditorium, Amphithéâtre, salles de séminaire, salle de conseil.

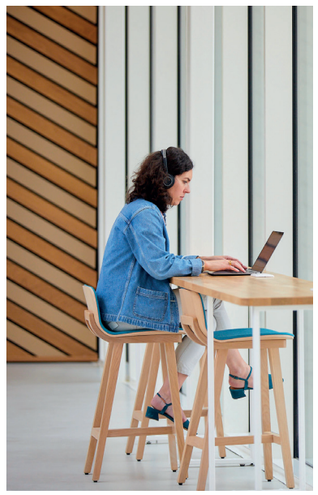
2 Intégrer une communauté active

Au Connecteur, tout a été pensé pour que les routes se croisent : les espaces et les événements pour se rencontrer sont multiples. On s'y installe pour travailler, recevoir un client, prendre un café, échanger avec un autre coworker... Ici, la communauté se forge au travers de connexions fortuites ou provoquées. Des afterworks, des petits déjeuners, des interventions de speakers, des moments conviviaux, des performances artistiques sont autant d'opportunités de s'enrichir, de partager et de tisser des liens.



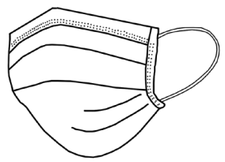
3 Profiter d'un espace connecté

Le Connecteur est un bâtiment... connecté ! Au-delà de la formule, la connexion est reine, que ce soit physiquement – les résidents, comme les visiteurs, profitent des meilleures conditions pour travailler, échanger et s'ouvrir au monde –, ou technologiquement – le lieu bénéficie d'un réseau fibre très haut débit (jusqu'à 10Gb/s) et de la technologie sans fil Wi-Fi 6. L'objectif : offrir une expérience utilisateur simple, rapide et efficace. En un mot, fluide.



4 Évoluer dans un univers sanitaire rassurant

C'est l'une des priorités du Connecteur : assurer la sécurité sanitaire de chacun. Le bâtiment est "Covid-proof", les conditions d'hygiène et de sécurité renforcées. Les sanitaires du Connecteur sont équipés de mitigeurs lavants/séchants à détection automatique. Dans les espaces de coworking, les surfaces des benchs, bureaux et plans de travail sont antibactériennes. Les poignées de porte sont dotées de la technologie antimicrobienne BioCote, atteignant une efficacité de 99,9% contre les microbes de type grippe, salmonelles, etc. À ces éléments s'ajoutent un ménage spécifique avec un service présent sur les horaires d'exploitation, ainsi qu'un référent Covid-19 pour veiller au respect des règles sanitaires.





5 S'inscrire dans une dynamique responsable

Le Connecteur est un acteur engagé de son environnement. Au cours de sa construction, les circuits courts ont été privilégiés, tant pour les matériaux (pierre d'Arudy) que pour les prestataires, locaux à plus de 80%. Dans le même esprit responsable, le bâtiment a été conçu à énergie positive : le toit est équipé de panneaux photovoltaïques et la verrière, de cellules photovoltaïques qui permettront de produire environ 300 000 Kw par an. Être engagé, c'est également devenir porteur de solutions auprès de tous les publics du territoire. Différentes actions sont en cours comme l'opération "50 jeunes pousses", qui offre l'accès au Connecteur – à des conditions privilégiées – à de jeunes entrepreneurs du territoire, et ainsi les encourage à prendre leur envol et à intégrer un écosystème dynamique.





6 Participer au dynamisme du territoire

Situé en plein cœur de Biarritz, ancré sur un territoire exemplaire, à la fois puissant et ouvert à toutes les influences, Le Connecteur est un lieu exceptionnel dédié aux entreprises qui développent la richesse, les échanges et l'intelligence sur le territoire. Pôle d'excellence fourmillant d'idées et débordant d'énergie, il est un outil exceptionnel au service du développement de son territoire. Participer à cette dynamique est une vraie richesse pour tous ses acteurs.



PAUL HOURS
LE COUTEAU SUISSE DU STUDIO

APRÈS UNE CARRIÈRE FOISONNANTE PONCTUÉE DE REPORTAGES VIDÉO POUR FRANCE TÉLÉVISIONS, DE PRODUCTIONS DE PUBLICITÉS OU ENCORE DE RÉALISATIONS DE CLIPS, PAUL HOURS VOUS ACCUEILLE AU STUDIO VIDÉO DU CONNECTEUR, À BIARRITZ.

RACONTEZ-NOUS VOTRE PARCOURS PROFESSIONNEL DANS L'AUDIOVISUEL ?

Il est très polyvalent, bien que la majeure partie de ma carrière s'est déroulée chez France Télévisions. J'ai commencé comme cadreur, puis monteur d'émissions de télévision pour une société de post-production. Au bout d'un certain temps, j'ai voulu sortir de la régie et je suis revenu à l'image : j'ai travaillé dans la publicité comme chef opérateur de prise de vues, j'ai fait du multi-caméras puis des directs sur Equidia…

QUELS TYPES DE VIDÉOS PRODUISIEZ-VOUS ?

J'ai vraiment eu une palette d'activités très large : de la réalisation de films institutionnels, de clips à des films d'entreprise à gros budget pour des assemblées générales. J'ai d'ailleurs travaillé pendant quelques années pour la communication interne d'Orange.

En 2010, j'ai eu la chance de réaliser un clip pour la tournée de Christophe Willem : nous devions imaginer une vidéo pour combler un vide, le temps qu'il se change en coulisse. L'esthétique était magnifique, nous avions tendu des toiles de spi blanc avec un plafond d'éclairage incroyable : il avait tant aimé le résultat, qu'il avait choisi de laisser tourner la vidéo, après son arrivée sur scène. Deux ans plus tard, je réalisais son clip *Si mes larmes tombent.*

J'ai également réalisé de nombreux reportages – près de 1200 ! – de trois, quatre minutes dans des domaines très variés : depuis un bloc opératoire pour un sujet santé, en passant par le festival de Deauville pour interviewer Virginie Efira, au palais princier de Monaco, dans le bureau du prince Albert.

QUE RECHERCHEZ-VOUS DANS LA CAPTATION VIDÉO ?

J'ai toujours eu le souci de l'esthétique, de l'image. J'adore cadrer mais ce qui m'anime, c'est aller chercher l'image que personne n'irait chercher, me mettre à genoux, à quatre pattes ou à plat ventre. J'aime maîtriser mon sujet de A à Z : construire le synopsis, réaliser, cadrer et monter. Mon objectif est de cibler les besoins et les attentes du client, de déterminer les moyens techniques et de les mettre en œuvre pour le satisfaire pleinement.

QU'EST-CE QUI VOUS A AMENÉ À BIARRITZ ?

En réalité, j'en avais un peu assez de la vie parisienne. Ça faisait trente ans et j'avais vraiment envie de me rapprocher de mes racines, je suis Occitan. J'ai découvert le projet du Connecteur sur les réseaux sociaux et j'ai tout simplement proposé mes services en candidature spontanée. Le mot Connecteur m'a interpellé car tout contact humain débute par une connexion. Quand je suis arrivé ici, un dossier de presse m'attendait dans lequel était écrit *"Travailler là où l'on a envie de vivre"*. Je me suis donné cette chance et je suis ravi.

QUEL MATÉRIEL AVEZ-VOUS AU STUDIO DU CONNECTEUR ?

Nous disposons de tous les outils et d'un savoir-faire pour répondre aux différents besoins photos (shooting de personnes, de produits mais aussi d'événements) et vidéos (des Steadicam pour la vidéo en mouvement, des boîtiers photos pour les reportages extérieurs ou pour le multi-caméras en plateau et, bien sûr des micros, des casques, des pieds…). Sans oublier, des fonds de couleurs différentes, pour répondre aux besoins d'un shooting produits, d'une incrustation ou d'une interview, par exemple.

QUELS SONT VOS ATOUTS ?

Mon carnet d'adresses et mon agilité ! *(Rires.)* Si, demain, vous avez besoin de moyens techniques ou humains (une maquilleuse, un graphiste, une caméra Red…), j'ai le réseau nécessaire et des opérateurs en place. Après, tout est une question de coût mais, en général, nous avons un rapport qualité-prix qui défie toute concurrence dans la région. Au studio, j'ai tous les outils pour faire de belles vidéos, de beaux produits et avec l'expérience, je sais tout de suite cibler les besoins des gens et ce qu'ils ont envie de raconter.

Y A-T-IL DES ÉTAPES À RESPECTER DANS LA CONSTRUCTION D'UNE VIDÉO PROMOTIONNELLE ?

Bien sûr. C'est un peu comme lorsque vous rencontrez quelqu'un que vous ne connaissez pas. Le plus important est de poser les bonnes questions pour comprendre les besoins et les envies du client, tout en conservant l'identité de la société et son message. Avec le client, nous déterminons ensemble ce dont il a besoin en termes de moyens techniques et humains pour mettre en œuvre le tournage et la post-production. D'une version longue de deux, trois minutes à une version plus ramassée pour Instagram – pas plus de quarante-quatre secondes – l'offre du Studio est déclinable et différents décors sont possibles : nous pouvons créer des petits plateaux télé soit en version tables hautes avec des tabourets, soit en version tables basses avec des fauteuils un peu plus cosy. Nous disposons également de trois écrans de 96 pouces pour diffuser du contenu vidéo, un Powerpoint, un logo, une vidéo en boucle ou un faux décor. Côté régie, nous sommes équipés d'un mélangeur et d'un remote pour toutes les caméras, que nous pouvons donc piloter à distance. Alors, que nos futurs clients soient les bienvenus ! ●

Pour contacter Paul :
studio@leconnecteur-biarritz.fr



VIVRE UNE EXPÉRIENCE UNIQUE DANS UN CADRE INSPIRANT

IL SE PASSE TOUJOURS QUELQUE CHOSE AU CONNECTEUR. ICI, DE NOMBREUX ESPACES ONT ÉTÉ CONÇUS POUR ACCUEILLIR TOUS TYPES D'ÉVÉNEMENTS. RENCONTRE AVEC CHARLOTTE PELLÉ, RESPONSABLE DU PÔLE ÉVÉNEMENTIEL, QUI NOUS PARLE DE CE LIEU VIVANT.

QUI TRAVAILLE SUR L'ORGANISATION DES ÉVÉNEMENTS AU CONNECTEUR ?

D'une part, le pôle événementiel – que je pilote –, fonctionne comme une véritable agence intégrée, qui coordonne chaque événement de A à Z et assure conseil et accompagnement au client. D'autre part, le pôle exploitation du Connecteur est garant de la qualité du service rendu (audiovisuel, réseau, contrôle et sécurité, ménage…). Parallèlement, nous collaborons avec des agences locales qui ont toute notre confiance en ce qui concerne la restauration, la réservation d'hôtels, les sorties touristiques dans la région, etc. Ce type de collaboration s'inscrit d'ailleurs dans la continuité du Connecteur, en valorisant le tissu économique du territoire.

POUVEZ-VOUS NOUS DÉCRIRE L'OFFRE ÉVÉNEMENTIELLE DU CONNECTEUR ?

Nous disposons d'espaces exceptionnels tels que l'Atrium de 500 m² sous verrière, l'Auditorium de 311 places pensé pour répondre à toutes les demandes en matière audiovisuelle (son écran mesure 35 m²), l'Amphithéâtre idéalement conçu pour des plénières interactives et collaboratives, le Studio d'enregistrement doté d'une régie entièrement équipée ou encore le Rooftop et sa vue panoramique sur la mer.

Ces lieux sont adaptés à toutes sortes d'événements professionnels ou grand public : conférences, séminaires, expositions, concerts, conseils d'administration, comités de direction, ateliers collaboratifs, afterworks, conférences de presse… Nous mettons ces espaces, semi-privatisés ou privatisés, à la disposition des clients mais nous pouvons également leur concevoir une offre sur-mesure clef en main, élaborée en adéquation avec leurs demandes et en réponse à leurs besoins.

De plus, pour répondre aux exigences sanitaires, le bâtiment du Connecteur est Covid-proof : les poignées des portes de ces espaces ont ainsi été conçues en ion d'argent, une matière qui élimine 99,9 % des bactéries.

POURQUOI CHOISIR LE CONNECTEUR EN MATIÈRE D'ÉVÉNEMENTIEL ?

L'offre du Connecteur va au-delà d'une prestation événementielle classique. Ce lieu est inspirant et, une fois qu'on l'a choisi pour organiser un événement, il devient acteur à part entière de ce qui va s'y dérouler.

Que l'on soit résident, visiteur ou client, dès que l'on pénètre dans l'Atrium inondé de lumière, on ressent l'incroyable potentiel de l'endroit. L'âme du Connecteur est singulière. Son architecture, ses infrastructures, ses outils… l'imposent comme un endroit incontournable pour proposer des manifestations uniques. Au-delà de l'organisation de l'événement, nous voulons faire vivre une expérience à fort impact mémoriel à nos clients. C'est toute la promesse du Connecteur. ●



Charlotte Pellé, en compagnie de Romain Berdoulay, responsable de l'audiovisuel au Connecteur qui veille au bon fonctionnement des outils techniques du lieu et prend part à l'accompagnement des équipes événementielles.

Pour réserver des espaces événementiels :
event@leconnecteur-biarritz.com

Retrouvez l'offre événementielle du Connecteur sur Leconnecteur-biarritz.fr

RÉSERVER
AU CONNECTEUR

VOUS CHERCHEZ UN LIEU CALIBRÉ ET ACCUEILLANT POUR RECEVOIR DES ÉQUIPES, DES PARTENAIRES, DES CLIENTS ? UN LIEU ÉQUIPÉ DES DERNIÈRES TECHNOLOGIES, UN LIEU ÉNERGIQUE POUR LANCER DES PROJETS ? NE CHERCHEZ PLUS !

RÉSERVER
UN POSTE DE TRAVAIL
coworking@leconnecteur-biarritz.fr

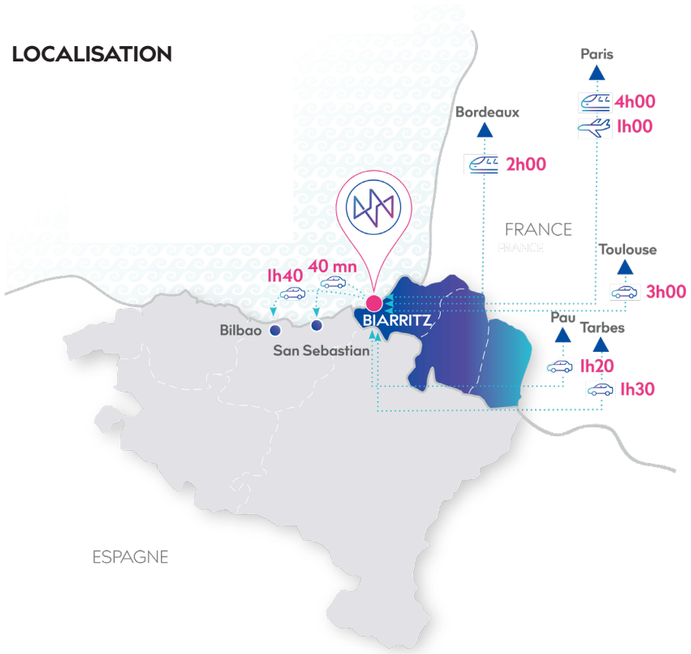
CONTACTER
LA RÉDACTION DU MAGAZINE
magazineaudace@leconnecteur-biarritz.fr

RÉSERVER
DES ESPACES ÉVÉNEMENTIELS
event@leconnecteur-biarritz.fr

RÉSERVER
UNE SALLE DE RÉUNION
reservation@leconnecteur-biarritz.fr

CONTACTER
LE SERVICE COMMUNICATION
media@leconnecteur-biarritz.fr

LOCALISATION



RÉSEAUX SOCIAUX

@leconnecteurbtz
@leconnecteurbtz
@LeconnecteurBTZ
Le Connecteur
Le Connecteur

LE CONNECTEUR
45, avenue JF Kennedy 64200 Biarritz.
Leconnecteur-biarritz.fr

“VOUS NE POUVEZ PAS ARRÊTER LES VAGUES MAIS VOUS POUVEZ APPRENDRE À SURFER”

JON KABAT-ZINN



EIFFAGE
CONSTRUCTION

Tour Hypérion à Bordeaux
Plus haute tour d'habitation en bois de France



Eiffage Construction Sud Aquitaine
2 Bis, rue de Lamouly – 64600 Anglet
Tel : 05 59 42 57 57

Retrouvez-nous sur eiffageconstruction.com