

LU VU ENTENDU

Un quart des ETI sont familiales

Selon une étude de la CCI de région sur les entreprises de taille intermédiaire (ETI), plus de 200 salariés), le Nord - Pas-de-Calais compte 77 ETI dont le siège social est situé en région. Au sein de ces entreprises, on recense 56 ETI familiales qui emploient près de 23 800 salariés (soit 26 % des effectifs des 218 ETI de la région). Parmi ces ETI familiales, 16 ont aujourd'hui plus de 100 ans d'existence et la plus ancienne a été créée en 1825 !

Conjoncture : du mieux en septembre

Le baromètre mensuel de la Banque de France révèle une reprise de l'activité en septembre. Dans la région, la production industrielle enregistre une hausse significative, notamment dans les industries alimentaires, les équipements électriques et électroniques et les autres produits industriels. Seule la fabrication des matériels de transport s'affiche en retrait. Les services marchands se stabilisent. Les secteurs de l'information, communication, transport-entrepôt et travail temporaire poursuivent leur progression. Après le repli du mois précédent, les activités juridiques, comptables, de gestion et d'ingénierie repartent à la hausse. En revanche, l'hébergement restauration ressort en nette diminution. Stable dans la région, le secteur du bâtiment ne suit pas l'orientation favorable enregistrée au plan national.

Climat des affaires dans la région : reprise ou été indien ?

Les résultats de l'enquête trimestrielle de conjoncture menée par la CCI de région Nord de France fin septembre confortent le sentiment qu'une amorce de reprise s'installe. Le solde d'opinion (l'écart entre les avis positifs et négatifs) sur l'activité passée a vivement progressé (12 %, +13 points par rapport à juin) et il se réinstalle dans le vert, ce qui ne s'était plus vu depuis le premier trimestre 2012. Point positif, tous les secteurs sont concernés, les plus fortes hausses s'observant dans le commerce de gros (12 %, +19 points) et de détail (-3 %, +16 points). Cependant, ce regain d'activité n'a pas profité à l'emploi, puisque le solde d'opinion sur cet indicateur reste négatif (-6). Enfin, comme à l'accoutumée, les chefs d'entreprise demeurent très prudents sur leurs perspectives, tablant seulement sur une moindre dégradation de leur activité dans les trois prochains mois. Ainsi, le solde d'opinion sur l'activité prévue s'améliore de 9 points, mais il reste toujours dans le rouge (-7 %).

Trois cents entreprises à la rencontre des jeunes talents

Le Pôle formation de la CCI Grand Lille accueille et forme chaque année 1 100 jeunes et 8 000 adultes dans ses six établissements (CPLE, CEPI, CEPRECO, CFA Grand Lille, EGC et E2C Grand Lille), dont trois s'associeront ce mois-ci, pour favoriser la rencontre entre jeunes et dirigeants, avec pas moins de 300 entreprises présentes et 200 jeunes concernés. Le 16 octobre, une rencontre aura lieu à la CCI Grand Lille, entre les cadres dirigeants diplômés du CEPI et les jeunes de l'E2C (Ecole de la deuxième chance) Grand Lille, autour d'une conférence sur la reconquête des talents en entreprises. Le 18 octobre, toujours à la CCI Grand Lille, une rencontre emploi aura lieu entre les jeunes non diplômés de l'E2C Grand Lille, les futurs diplômés de l'EGC (école de gestion et de commerce) et 60 entreprises.

MARKETING

À Roubaix, Aistsys développe le marketing de demain

La statistique va-t-elle diriger le monde ? Chaque jour, chaque internaute et consommateur produit des montagnes de données sur son comportement commercial. Recueilli et archivé, ce « big data » n'attend que d'être analysé et décrypté pour être transformé en or marketing. La société Aistsys, installée à Roubaix, s'y emploie.

PAR BRENDAN TROADEC
economie@lavoixdunord.fr
PHOTO « LA VOIX »

Sur l'écran de la tablette s'affiche un graphique, à première vue incompréhensible, avec de petits triangles et ronds colorés. Mais à y regarder de plus près, cette modélisation devrait intéresser de nombreux services marketing. « Le principe est simple. Nous classons les clients par tribu selon leur façon de consommer. Nous étudions ensuite quelles sont leurs réactions par rapport à la stratégie marketing mise en place par la marque », explique Stéphanie Derlyn, créatrice d'Aistsys.

Du chiffre à l'affaire

Créée, il y a tout juste un an, sa société développe un logiciel capable d'analyser de lui-même les comportements des consommateurs à partir des données collectées dans les enseignes physiques et sur Internet. Lauréate du réseau Entreprendre Nord, Stéphanie Derlyn prévoit de proposer une solution complète d'ici deux ans. Modulaire, le logiciel est déjà uti-



Créatrice d'Aistsys à Roubaix, Stéphanie Derlyn développe une solution d'analyse marketing.

« Nous voulons offrir des services aussi performants que ceux des géants du Web, comme Amazon. »

lisable pour analyser les comportements d'achats et adapter sa politique marketing aux internautes. D'autres fonctions devraient suivre dans les prochains mois. « Nous nous adressons à des enseignes ou des chaînes ayant développé des sites d'e-commerce et des outils de collectes, détaille Stépha-

nie Derlyn. Nous voulons offrir des services aussi performants que ceux qu'utilisent des géants du Web, comme Amazon, mais sans avoir à payer le statisticien qui va avec. L'enseigne doit pouvoir comprendre ses données et adapter sa stratégie marketing en temps réel. Certaines chaînes en sont encore à attendre le résultat de leurs études de consommateurs de 2011 en 2013. » Ces solutions demandent tout de même d'avoir les reins solides et d'être prêt à investir annuellement quelques dizaines de milliers d'euros, là où les tarifs de la

concurrence dépassent facilement des sommes à cinq zéros. Et la vie privée dans tout ça ? « La collecte de données sur les clients est très encadrée par la loi. Nous ne cherchons pas à harceler le consommateur d'offres, mais à le chouchouter. Et il peut toujours refuser de participer, objecte la chef d'entreprise. De plus, les données sont anonymisées. Nous ne conservons aucun nom. » Aistsys se donne deux ans pour atteindre son marché et transformer les bases de données en ventes. ■

INNOVATION

Une valve cardiaque en polyester gagne le Prix textile Théophile-Legrand

Les temps ont bien changé. Si, au XIX^e siècle, Fourmies était la capitale mondiale de la laine peignée, elle pourrait devenir, au XXI^e, la capitale de l'innovation textile. En témoigne le Prix éponyme Théophile-Legrand (1799-1877), doté de 18 000 euros, qui vient d'être remis par le descendant de cet industriel à l'origine de l'expansion économique dans l'Avesnois, dont c'était le quadrisaïeul, Christian Cambier.

Et c'est la Française Coralie Marchand, 30 ans, docteur et ingénieur en mécaniques physiques et textiles originaire de Lyon, qui l'a remporté pour avoir développé une valve cardiaque en polyester capable de remplacer celle qui se trouve dans le cœur et évite au sang de refluer lors de son trajet.

S'il existe actuellement des solutions de remplacement de cette valve (biologique ou mécanique), elles ont une durée de vie limitée ou nécessitent souvent un traitement médical à vie. La valve en polyester n'a pas ces inconvénients et, en plus, elle peut être posée par les voies naturelles. Pour l'heure, l'ingénieur s'est associée à une start-up afin de lever des fonds pour la fabrication.

Du concret

Créé à Fourmies en 2009 par la Fondation Théophile-Legrand - Institut de France, le Prix de l'innovation textile a primé plusieurs lauréats pour des textiles techniques nouvelle génération qui ont des propriétés antifeu, autonettoyante, dépolluante et qui

sont en cours de commercialisation, voire sur le marché comme le textile rafraîchissant, récompensé en 2010, et repris par la société Damart. En attendant, dans les années à venir, très certainement, les textiles connectés des technologies de l'information et de la communication. Depuis son lancement en 2009, 61 candidats, originaires de 22 nations différentes, et issus de 25 plus grandes universités, écoles d'ingénieurs textiles ou laboratoires de recherche textile de la planète, ont participé au Prix Théophile-Legrand. Et à raison d'une cinquantaine de doctorants textiles recensés chaque année dans le monde, le prix, pourtant jeune, attire déjà près d'un tiers de ces chercheurs. ■

LIONEL MARÉCHAL



C'est Coralie Marchand qui a remporté le prix.