

L'INNOVATION



Giroptic. Une nouvelle caméra 360° sur le marché

Fin 2017, la start-up Giroptic a mis sur le marché une deuxième caméra capable de filmer et de photographier à 360°. Baptisée Giroptic IO, celle-ci se différencie de la première caméra lancée par Giroptic sur deux aspects principaux. D'abord, son prix : la nouvelle caméra coûte 249 euros contre 499 euros pour la première. Ensuite, son usage puisque Giroptic IO se place sur le smartphone de l'utilisateur dans lequel elle enregistre directement les photos et vidéos, alors que la première le faisait sur une carte SD. « Aujourd'hui le téléphone c'est ce que tout le monde utilise pour stocker et partager les photos et les vidéos », explique Richard Ollier, fondateur et dirigeant de Giroptic. Il ajoute : « Cette deuxième caméra remplacera sans doute la première, même si elle reste disponible à la vente ». Les deux caméras de Giroptic sont essentiellement commercialisées sur Internet. La start-up possède également quelques partenariats avec des enseignes de distribution, comme Boulanger pour la France. 95 % des ventes sont réalisées à l'international, vers trois destinations principales qui sont l'Europe, le Japon et les États-Unis. Richard Ollier ne souhaite pas communiquer son chiffre d'affaires mais déclare que quelques milliers d'exemplaires de cette nouvelle caméra ont déjà été vendus depuis mi décembre. « L'ambition est de dépasser la centaine de milliers pour fin 2017 », indique-t-il. Quant à la rentabilité de Giroptic : « Ce n'est pas le sujet. L'idée est d'investir sur des marchés ». Il ajoute : « Nous aurons des choses à annoncer dans l'année côté financement, pour accélérer le business. Sur le marché du hardware, il faut du cash pour aller vite ». Giroptic emploie actuellement une petite cinquantaine de salariés. La start-up devrait sortir prochainement une version Android de sa caméra, qui n'est encore disponible qu'en IOS.

E.S.-L.

Rigolo comme la vie. La filiale ïDKids affiche ses ambitions

● **ENFANCE** Le réseau de crèches Rigolo comme la vie, filiale du groupe nordiste ïDKids, se diversifie et envisage un nouveau maillage national et international.

Filiale du groupe ïDKids (Obaïbi-Okaidi, Oxybul), Rigolo comme la vie est l'une des marques du groupe-mère. « Cela fait partie de la stratégie d'ïDKids d'avoir des marques orientées bénéfiques et militant pour le bien-être des enfants. C'est tout le sens du label Act for Kids qui signe notre empreinte RSE. La stratégie, c'est aussi d'offrir des services en plus des produits pour enfants du groupe », explique Jérôme Obry, directeur général de Rigolo comme la vie.

Lien social et parentalité

Pensé comme un projet pour la fondation d'entreprise offrant du lien social, les premiers établissements se sont spécialisés dans le polyhandicap et le lien intergénérationnel, en jumelage avec des EHPAD (établissements d'hébergement pour personnes âgées dépendantes). Passant d'un business social à un modèle créateur de valeur, Rigolo comme la vie a enregistré en 2016 un chiffre d'affaires de 20 millions d'euros pour un effectif de près de 450 équivalents temps plein.

Avec l'acquisition en 2016 de l'entreprise Des étoiles plein les yeux (Marcq-en-Barœul), la filiale est passée d'un réseau de 12 crèches à 35 établissements, soit plus de 2.500 enfants accueillis. Avec un maillage dans les Hauts-de-France, mais également à Rennes, Cesson (Seine-et-Marne) et Troyes. En juin 2016, c'est une seconde acquisition, à la barre du tribu-



Rigolo comme la vie, filiale du groupe nordiste ïDKids, enregistre avec son réseau de crèches et de prestations d'accueil loisirs un CA de 20 M€.

nal, qui vient élargir le portefeuille d'action de la filiale : avec le rachat de M Animation (Villeneuve d'Ascq), Rigolo comme la vie se diversifie avec une compétence en prestation d'accueil loisirs, aussi bien dans le public que le privé. « Cela nous apporte une valeur ajoutée pédagogique et éducative », explique Laurence Six, directrice marque et réseau. La société rachetée disposant d'un

maillage régional mais aussi d'antennes à Rouen ou en encore Paris, les bases sont posées pour un développement territorial. « La culture du groupe est de se développer de façon opportune et pensée. Quand un plan d'action est validé, le déploiement est volontariste. Je ne veux pas raisonner en nombres d'implantations, mais le développement est sans limite et le secteur dans lequel

nous travaillons fait preuve de beaucoup d'inertie », fait savoir Jérôme Obry qui n'exclut pas de faire entrer dans le jeu des partenaires franchisés sur les marques retail pour sortir des Hauts-de-France ou s'appuyer encore sur les différentes filiales du groupe à l'étranger pour la création de nouveaux réseaux.

Micro-crèches

En plus de ce maillage à développer, Rigolo comme la vie travaille aussi au projet des micro-crèches (accueil de 10 enfants maximum). Avec un résultat net négatif de 300.000 euros en 2016, conséquence de la « fusion à digérer », la filiale s'attend à renouer avec l'équilibre en 2017. Confiante, elle peut l'être. Puisqu'elle dispose du soutien des actionnaires du groupe ïDKids fort de ses 600 millions d'euros de chiffre d'affaires, 6.500 collaborateurs et un résultat net largement positif mais non commenté. La logique d'ïDKids étant aussi de réinvestir 25 % de son résultat opérationnel dans les projets du groupe.

Virginie Wojtkowski

RIGOLO COMME LA VIE

(Roubaix)
DG : Jérôme Obry
Directrice marque et réseau : Laurence Six
CA 2016 : 20 M€
Effectif : 450 équivalents temps plein
www.rigolocommelavie.org

SGS Courtray. Le laboratoire investit 500.000 euros pour grandir à Oignies

● **LABORATOIRES** Racheté en 2014 par SGS, les laboratoires Courtray emménagent à Oignies sur un site plus grand, afin d'y poursuivre leur développement.

Acquis durant l'été 2014 par le groupe SGS, les laboratoires Courtray (devenus depuis SGS Courtray), ont pris place en janvier dans 600 m² de locaux à Oignies, dont ils sont locataires. Installé jusque-là à Douai, ce laboratoire est spécialisé dans les tests de performances de produits d'hygiène jetables : changes bébés, hygiène féminine, incontinence, essuie tout, cotons-tiges, papier toilette... À travers cette opération, le laboratoire se dote d'un lieu plus approprié à son développement et à son activité. « Nous avons quasiment doublé la surface de laboratoire dédiée aux tests », indique Jérôme Mariage, le président. Il précise : « Ces nouveaux locaux nous permettent d'installer le laboratoire sur un seul étage, en plein pied ». SGS Courtray a consenti un investissement de 500.000 euros dans ce déménagement.

Une dimension internationale

« Suite à l'acquisition de Courtray par SGS, le but était de prendre une dimension plus internationale », souligne de son côté Vincent Bernus, direc-



À Oignies, SGS Courtray a doublé sa surface de laboratoire dédiés aux tests.

teur de SGS Courtray. Le laboratoire, qui ne communique pas son chiffre d'affaires, compte aujourd'hui 50 % de clients en France et 50 % à l'étranger. « Le marché en France est plus mature : même s'il y est encore possible d'y faire de la croissance, le plus gros potentiel est à l'international », explique Jérôme Mariage. SGS Courtray teste

4.800 à 5.000 produits par an, pour le compte de producteurs de matières premières, de fabricants de produits d'hygiène jetables et enfin, d'enseignes de la grande distribution, qui développent leurs propres marques de produits d'hygiène. Le laboratoire mise son développement sur certains produits comme ceux de l'hygiène bébé, « avec une crois-

sance très forte en Asie, et notamment en Chine, liée à l'autorisation du 2^e enfant », explique Vincent Bernus. Certains produits d'hygiène adulte sont également porteurs, notamment « pour la femme, avec pas mal de tabous qui tombent et beaucoup d'innovations », souligne-t-il encore. Celui-ci mise enfin sur les produits liés à l'incontinence, un phénomène « en croissance dans les pays qui font face à un vieillissement de leur population ». Spécialisé dans l'inspection et la certification, le groupe Suisse SGS a réalisé en 2016 un chiffre d'affaires de 5,71 milliards de CHF. Il emploie 85.000 collaborateurs dans le monde et 2.700 personnes en France, réparties dans plus de 120 bureaux et centres de contrôle ainsi que 32 laboratoires.

Élodie Soury-Lavergne

SGS COURTRAY

(Oignies)
Président : J. Mariage
Directeur : V. Bernus
CA site : NC
15 salariés
www.ssgsgroup.fr

EN BREF

161

c'est, en millions d'euros, le montant investi par le Crédit Mutuel Nord Europe dans l'immobilier d'entreprise, pour plus de 63.000 m² depuis 5 ans. Via sa filiale de gestion d'actifs La Française, le CMNE dispose de 68 biens en immobilier d'entreprise pour une surface de plus de 195.000 m² et une valorisation de 342 millions d'euros mais aussi trois programmes en immobilier habitation, soit 3.250 m² pour une valeur vénale de 6,7 millions d'euros. Une activité qui se cumule à une autre activité : la commercialisation, depuis 2011, de biens neufs auprès de particuliers au travers d'une agence immobilière dédiée pour une valeur de 396 M€.

IESEG

Première levée de fonds

L'IESEG lance sa première campagne de levée de fonds pour 2016-2021. Intitulée IESEG Jump, elle s'articule autour de quatre enjeux : l'accompagnement des étudiants via des bourses d'excellence et de mobilité ainsi que des prêts d'honneur ; la formation et les innovations pédagogiques (investissement dans la création de contenus pédagogiques intégrant de nouvelles technologies, les centres d'expertise et les chaires) et les investissements immobiliers sur les campus de Lille et Paris.