

"RIGOLO COMME LA VIE"

Un réseau de crèches au service de l'enfant qui grandit

► Romain MILLET

Initié par la fondation d'entreprise du groupe İDKIDS (propriétaire des marques Okaïdi, Obaïbi, Jacadi, Oxybul), "Rigolo comme la vie" gère et manage depuis 2005 un réseau de crèches et d'activités loisirs-enfance-jeunesse pour le compte des collectivités et des entreprises, et dont l'engagement est de "vivre et grandir ensemble".

En France où le taux de natalité est particulièrement élevé, les questions de mode de garde de qualité et sécurisants sont essentielles, surtout lorsque les parents souhaitent allier vie familiale et professionnelle. Malheureusement, c'est souvent pour certains parents un véritable parcours du combattant que de trouver des places en crèche ou encore de faire confiance à une assistante maternelle.

Face à ces besoins spécifiques, le groupe İDKIDS a souhaité, en parallèle de ses marques, créer au sein des villes des structures d'accueil pour les enfants de 3 mois à 5 ans. Il n'a fallu qu'un an seulement pour à la fois réaliser les travaux, monter le dossier de la CAF et obtenir l'autorisation de la Protection maternelle et infantile. En janvier 2005, la belle aventure de "Rigolo comme la vie" peut enfin commencer à Roubaix, dans le quartier même où est installée l'entreprise mère. "Notre concept de crèche est basé sur un partenariat public-privé qui souhaite créer du lien entre les collaborateurs des entreprises partenaires, les habitants du quartier ainsi que les collectivités locales impliquées. Cela engendre une vraie mixité



Laurence Six, fondatrice de "Rigolo comme la vie", et Jérôme Obry, directeur général du réseau.

sociale et une vraie création de liens autour de l'enfant", souligne Laurence Six, fondatrice récemment médaillée de la Famille à l'Elysée pour ses actions innovantes et engagées auprès des parents. "Notre vocation est d'apporter des réponses adaptées aux demandes et besoins des parents, tout en accompagnant de façon optimale les enfants dans leurs étapes de développement. Ce soutien à la parentalité doit permettre d'établir une relation de confiance entre l'enfant, les parents et nos collaborateurs."

Fort de ce premier succès, "Rigolo comme la vie" poursuit sa marche en avant en créant, entre 2006 et 2010, cinq autres crèches conçues sur le même modèle : quatre autres à Roubaix et une à Hem. Le réseau est maintenant bien constitué mais pas assez puisqu'en novembre 2010, la sixième crèche ouvre ses portes en offrant notamment huit de ses vingt-cinq places à des enfants polyhandicapés. "L'objectif ici est de répondre au besoin d'intégration sociale de l'enfant, et aussi de sa famille, dans la crèche et plus

généralement dans la société, quelle que soit sa particularité. Cette approche est un bon moyen pour lutter contre la peur et la stigmatisation du handicap", explique Laurence Six. En 2012, deux crèches "rencontres intergénérationnelles" sont également créées à Tourcoing et à Rennes, à côté de résidences pour personnes âgées et une autre crèche située à Roubaix dont le projet pédagogique porte sur l'écocitoyenneté. "Il s'agit d'une part de créer des temps de rencontres et d'échanges complices entre les jeunes enfants et les ►►

►►► *aînés et, d'autre part, de sensibiliser les enfants et leurs parents au respect et à la protection de la nature*" ajoute-t-elle.

Une actualité débordante. Après deux ans de partenariat pédagogique et commercial, le groupe de crèches interentreprises "Des étoiles plein les yeux" rejoint, en septembre 2015, le réseau "Rigolo comme la vie". Ces deux réseaux, qui partagent les mêmes valeurs entrepreneuriales de progrès, de partage et de respect, ont décidé de fusionner sous le nom de "Rigolo comme la vie". "La volonté est d'offrir les meilleures conditions d'accueil pour l'épanouissement des enfants et de favoriser leur

éveil." Cette année, İDKIDS accueille M-Animations, créateur d'animations aux univers originaux et spectaculaires qui expérimentent des activités ludiques et pédagogiques. Ces professionnels de l'animation interviennent dans les structures ou lors de mini-séjours et également à domicile afin de faire vivre une fête d'anniversaire pour les particuliers. Cette autre activité trouve toute sa complémentarité avec l'activité loisirs-enfance-jeunesse de "Rigolo comme la vie" et permettra à terme d'accélérer et développer une communauté connectée au service de l'enfance.

Des ambitions et un groupe en mutation. À présent, le

réseau "Rigolo comme la vie" compte 33 structures d'accueil petite enfance présentes dans le Nord, le Pas-de-Calais, l'Ille-et-Vilaine, l'Aube et la Seine-et-Marne, 397 professionnels de la petite enfance et 983 places d'accueil (pour les enfants de 10 semaines à 5 ans). Dans un futur proche, le réseau de crèches reste très ambitieux et se fixe quatre principaux objectifs.

"Nous voulons créer une communauté au service de la petite enfance et être ainsi un fédérateur d'un collectif varié. Nous voulons devenir également une référence de la petite enfance grâce à la cohérence de notre équipe et la qualité de notre pédagogie. Nous souhaitons ainsi

nous développer quantitativement mais aussi qualitativement, c'est essentiel pour notre crédibilité. Et enfin, nous visons une performance durable à la fois économique et humaine", détaille Jérôme Obry, directeur général du réseau "Rigolo comme la vie".

Le groupe İDKIDS est aujourd'hui en pleine mutation et souhaite compléter son savoir-faire en équilibrant son offre de produits et de services. "On va aller vers une consommation plus éthique à travers des services nouveaux et innovants", précise-t-il. Le groupe continuera ainsi à créer du lien social et entreprendre pour que le monde progresse au service de l'enfant qui grandit. ■

► TÉLÉPHONIE MOBILE • Déconnecter l'été : vraiment ?

EN BREF

Pour les utilisateurs réguliers de smartphones tout au long de l'année, difficile, voire impensable, d'oublier le portable au fond d'un tiroir pendant l'été. Au contraire, si la plupart d'entre nous parviennent à ignorer consciencieusement les courriers qui s'entassent dans leur boîte mail professionnelle au fil des vacances, les usages récréatifs du téléphone explosent : photo, vidéo, géolocalisation, sites d'informations touristiques ou de bons plans... Si 44% des personnes interrogées dans une étude TNS-Sofres réalisée pour Orange affirment qu'elles pourraient partir en vacances sans leur précieux téléphone, las ! il se révèle l'été venu aussi indispensable pour caler un apéro-pétanque avec ses voisins de tente que pour organiser un déjeuner avec des prospects pendant l'année. Un usage intensif qui peut aller jusqu'à influencer le choix de la destination de vacances, comme

le montre ce sondage, puisque les trois quarts des personnes interrogées indiquent avoir l'intention d'utiliser leurs appareils mobiles sur leur lieu d'hébergement, et les deux tiers, en dehors. En conséquence, 73% des sondés jugent important d'avoir une bonne couverture réseau sur le trajet vers leur lieu de villégiature, et 48% avouent que la qualité de la couverture réseau joue un rôle "important" dans le choix de leur lieu d'hébergement. Car qui dit appels, SMS, partage de photos de paella sur fond de coucher de soleil et traque aux Pokémon jusque dans les dunes, dit exigence d'une couverture réseau infaillible. Un intérêt bien compris par Orange qui, après avoir vu, l'an passé, le trafic data augmenter de 63% en 2015 en France par rapport à 2014, a décidé de renforcer l'accès à la 4G sur les zones privilégiées par les vacanciers. L'opérateur communique donc sur sa présence sur les plages et ailleurs : depuis juin, une station balnéaire sur deux est couverte par la 4G d'Orange, comme 70 stations des montagnes françaises. De même, depuis la mi-juillet, la ligne TGV Paris-Lille-Calais est couverte en 4G, ainsi que le tunnel sous la Manche, dans le sens France-Angleterre. Orange rappelle également que douze autoroutes françaises sont couvertes en 3G+, dont l'A1. Par ailleurs, l'opérateur a disséminé en France 7 millions de hotspots wifi, gratuits pour les abonnés qui auront téléchargé une application dédiée. Au 31 mars 2016, Orange comptait 191 millions de clients mobile dans le monde.

Jeanne MAGNIEN

