

# Alpes-Maritimes

## Tournaire. Il faut sauver la division Équipement

● **BIENS D'ÉQUIPEMENT.** L'industriel grassois investit 3 M€ sur son activité historique, la conception et fabrication d'unités de traitement de matières premières naturelles, afin de redonner de la compétitivité à une division en perte de vitesse depuis une décennie.

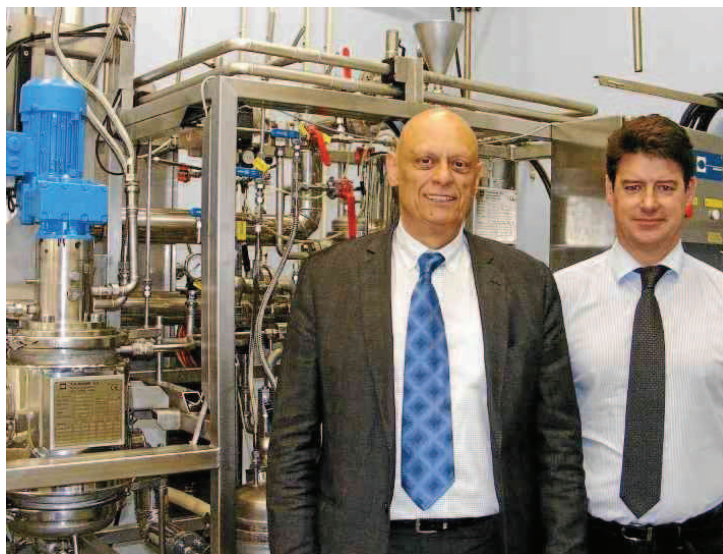
Tournaire se penche au chevet de sa division Équipement. L'activité historique d'un groupe plus que centenaire, né en 1833 avec l'arrivée des premiers distillateurs de plantes à parfum de Grasse. Elle constitue le point de départ de cette success-story familiale spécialisée dans l'équipement et l'emballage industriels, destinés aux parfumeurs et aromaticiens d'abord... avant de s'élargir aux secteurs de la santé humaine et animale, de l'agroalimentaire, des compléments nutritionnels, etc. Soit 240 personnes pour un chiffre d'affaires 2014 de 54 M€ (avec un résultat net s'établissant autour de 5 % du CA), dont 65 % réalisés à l'international.

Si la division Emballage, qui a produit et distribué dans le monde plus d'un milliard de contenants, ne vise rien de moins que le leadership sur le marché de l'emballage barrière et notamment celui de la bouteille de conditionnement en aluminium, la division Équipement connaît, elle, une lente

décroissance depuis l'aube des années 2000. Et représente aujourd'hui moins de 5 M€ de facturations. « On s'est longuement interrogé sur l'avenir de cette division », reconnaît Luc Tournaire, président du Directoire du groupe. D'ailleurs, l'aventure initiée en 2009 dans le photovoltaïque procédait, « en partie », de cette réflexion. Une parenthèse désempantée par l'éclatement de la bulle solaire que le groupe a définitivement clos en 2013, héritant au passage d'un passif de 5 M€. Le bâtiment de Pégomas a été cédé, tout comme la ligne de production, désormais active quelque part en Amérique du Sud.

### Une offre transversale

Un audit stratégique de la division Équipement a donc été décidé courant 2014, conduit par Franck Bardini, transfuge du groupe suédois Alfa Laval. Huit mois pour analyser le marché, les process et modes de fonctionnement, et accoucher d'un plan d'actions qui parie sur le cœur de métier de Tour-



Luc Tournaire, président du Directoire du groupe familial Tournaire, et Franck Bardini, nouveau directeur de la division Équipement, posent devant l'une des unités exposées dans le hall pilote. Le groupe compte à son actif plus de 3.000 unités installées dans le monde entier.

naire et son savoir-faire en matière d'extraction de matières naturelles. « On s'est éloigné du marché et, de ce fait, on a décroché peu à peu en compétitivité », admet Luc Tournaire qui, pour reconquérir des parts, a décidé « d'investir fortement sur les hommes et les femmes qui composent cette division et d'offrir plus de services à nos clients ». « De nombreuses évo-

lutions sont actuellement mises en œuvre comme le développement de services connexes à la production et l'installation d'équipement : diagnostic d'installation, audit d'expertise en amont ou maintenance préventive programmée », confirme Franck Bardini, devenu directeur de la division. Le hall pilote, atelier démonstrateur des technologies déployées par

le groupe et permettant de réaliser des essais semi-industriels, sera également renforcé. Et la PMI, qui vient d'étoffer son équipe commerciale, de compter sur cette offre transversale pour faire la différence sur un marché fragmenté et atomisé.

### Doubler le chiffre d'affaires

L'autre axe du plan concerne la productivité. « Nous avons tra-

vailé de façon collaborative avec les 35 membres de la division afin de repenser son organisation, d'imaginer de nouveaux schémas à mettre en place. Le tout accompagné par un programme de formation conséquent, représentant 5 % de la masse salariale, pour faire monter en compétence les équipes de l'atelier et du bureau d'études », détaille Luc Tournaire. Trois millions d'euros, étalés sur trois ans, ont ainsi été budgétés pour venir soutenir cette réorientation stratégique. « Notre ambition est de devenir un acteur de l'équipement industriel incontournable », avance le président du Directoire qui entend doubler le chiffre d'affaires de la division pour dépasser les 10 M€ à l'horizon 2018. Ce qui suppose de renforcer sa présence aussi sur le Web. D'où le récent positionnement 2.0 de Tournaire via la création d'un écosystème digital complet avec l'animation d'un blog et de plusieurs comptes sur les réseaux sociaux. Comme quoi, il n'y a pas d'âge pour se convertir au numérique. Parole d'une belle dame de 182 ans.

Gaëlle Cloarec

### TOURNAIRE (Grasse)

Dirigeant : Luc Tournaire  
CA 2014 : 54 M€  
240 personnes  
Tél. : 04 93 09 34 34  
tournaire@tournaire.fr

### ● EN BREF

#### Exhibit Group. Cap sur Lyon

Spécialisé dans l'impression numérique grand format, la signalétique et les solutions d'exposition, le groupe carrossois Exhibit annonce l'ouverture d'une nouvelle implantation commerciale à Lyon. L'objectif : renforcer sa présence en Rhône-Alpes où le groupe compte déjà à son actif quelques beaux projets. Exhibit Group est notamment chargé de la signalétique permanente du Centre commercial de la Part-Dieu, l'un des plus grands centres commerciaux d'Europe et troisième centre le plus fréquenté en France. La nouvelle antenne lyonnaise, dirigée par Cédric Barban, se place en complément des antennes commerciales d'Aubagne et de Monaco et des sites de production de Carros et de Paris. Exhibit Group emploie 90 personnes et a réalisé en 2014 un chiffre d'affaires de 14 M€.

#### Façonnable. La maison de couture se restructure

La maison de couture azuréenne, spécialisée dans le prêt-à-porter haut de gamme masculin et féminin, s'est engagée dans un nouveau plan de réorganisation. Selon notre confrère WebTimeMedias, 96 postes sur 448 seraient sur la sellette, dont une bonne part concernerait le siège social de Nice. Il s'agit pour l'entreprise, reprise en 2007 par le groupe libanais M1 Fashion pour 210 M\$, de faire face à « une situation particulièrement difficile qui s'est accentuée au cours des dernières années avec des pertes croissantes dues à une baisse de son chiffre d'affaires ». En 2013, Façonnable présentait un chiffre d'affaires de 47,2 M€ pour une perte de 30,5 M€. Le plan de réorganisation proposé par la direction vise à relancer l'activité pour pérenniser la société en actionnant tous les leviers à sa disposition : regrouper les collections, recentrer l'offre, rationaliser la Supply Chain, repenser l'implantation de la quarantaine de boutiques et corners du groupe et diminuer les coûts de structure.



## ECHR. Aux fourneaux d'Anne-Sophie Pic

ECHR et Anne-Sophie Pic renouvellent leur partenariat. Après avoir conçu et réalisé en 2012 la cuisine du restaurant de la chef multi-étoilée rue du Louvre à Paris, l'entreprise laurentine spécialisée dans la conception et la réalisation de cuisines professionnelles vient de finaliser celle de son fief de Valence, le restaurant Chez Pic. Soit 350m<sup>2</sup> sur trois niveaux, équipés d'un fourneau Molteni et d'un ensemble de meubles réalisés sur mesure, desservis par deux ascenseurs et un escalier spécialement créés pour s'adapter à cette nouvelle configuration. Les travaux se sont déroulés sur une année, demandant l'aménagement d'une cuisine provisoire afin de permettre la poursuite d'activité du restaurant.

Cette nouvelle réalisation illustre le positionnement haut de gamme du cuisiniste azuréen qui compte parmi ses références les plus grands noms de la cuisine française, dont dernièrement Arnaud Donckele (La Pinède à Saint-Tropez), Alain Ducasse (Grill Dorchester à Londres) ou encore Joël Robuchon (La Grande Maison à Bordeaux). Des collaborations qui lui permettent aujourd'hui de travailler sur des projets en Chine, où ECHR a été missionnée par Alain Ducasse (Shanghai) et Joël Robuchon (Pékin). L'entreprise fondée en 1987 par Serge Hairabétian, désormais dirigée par son fils Damien, emploie 32 personnes et présente un chiffre d'affaires 2014 s'établissant à 9,2 M€. G.C.