

KAPRIOL

"Le secret, c'est la passion !"



© Kapriol

CRÉE IL Y A PRÈS D'UN SIÈCLE, L'ENTREPRISE ITALIENNE KAPRIOL S'EST DÉVELOPPÉE AU FIL DES ANNÉES EN S'APPUYANT SUR LA PASSION, LA QUALITÉ, L'INNOVATION ET LA VIRTUOSITÉ DU DESIGN ITALIEN. LA MARQUE KAPRIOL EST AUJOURD'HUI DEVENUE LA RÉFÉRENCE INTERNATIONALE EN OUTILLAGE, VÊTEMENTS ET ÉQUIPEMENTS DE PROTECTION INDIVIDUELLE POUR LE SECTEUR DE LA CONSTRUCTION. ENTRETIEN AVEC FRANCO MORGANTI, PDG DE KAPRIOL.

Comment a évolué l'entreprise fondée il y a près de cent ans par votre arrière-grand-père ?

Alessandro Morganti, mon arrière-grand-père, a créé la société en 1927. A cette époque, le matériel d'outillage destiné au secteur du bâtiment était forgé à la main avec des marteaux traditionnels. Au fil du temps, l'activité de l'entreprise a bien évolué. Elle s'est modernisée et fortement développée. Dans les années 90, en plus de la fabrication de matériel d'outillage, Kapriol s'est lancée dans la conception et la production d'équipements de protection individuelle et de vêtements de travail et de loisirs : chaussures de sécurité, vestes, gilets, combinaisons, salopettes, pantalons, sweat-shirts, polaires, tee-shirts, imperméables, vêtements thermiques etc. Aujourd'hui, la marque Kapriol, reconnue pour la qualité, la fiabilité et la sécurité de ses produits (plus de 5000 références dans le catalogue), s'est hissée au rang de leader du marché en Italie et à l'international. Avec mon frère, nous co-dirigeons l'entreprise familiale. Je gère la partie commerciale et marketing et lui est en charge de la branche logistique et administrative. Nous sommes la quatrième génération de Morganti à la tête de Kapriol. Et la cinquième génération se prépare : nos quatre enfants, une fille et un fils chacun, travaillent déjà pour l'entreprise !

Pouvez-vous décrire l'entreprise Kapriol en quelques chiffres ?

Kapriol représente 97 ans d'existence, 11 millions de produits livrés dans 70 pays, 5 000 points de vente dans le monde (dont 1 000 en France), 150 salariés, environ 6 000 produits en catalogue et 70 M€ de chiffre d'affaires en 2023.

Qui sont vos clients ?

Tous les artisans des métiers du bâtiment tels que les maçons, les plâtriers peintres, les charpentiers, les plombiers, les électriciens...ainsi que les revendeurs de notre marque comme par exemple, en France, les enseignes du groupe Saint-Gobain (Point. P, Cedeo, La Plateforme du Bâtiment...), Leroy Merlin, Bricoman, Weldom, Gedimat etc.

Kapriol est leader italien et international du marché de l'outillage, des vêtements et des équipements de protection individuelle pour le secteur de la construction. Quel est le secret de la réussite ?

Le secret, c'est la passion ! Nous investissons énormément dans la recherche et l'innovation ainsi que dans les ressources humaines. Les personnes sont plus importantes que les produits, sans les personnes, il n'y a pas d'idée ! Nous misons beaucoup sur la formation des salariés et leur fidélisation au sein de l'entreprise car ils en sont la première richesse. Par ailleurs, notre savoir-faire unique s'appuie sur un design personnalisé typiquement italien et sur l'attention que l'on porte à la qualité de nos produits. Nos artisans réalisent un travail remarquable pour concevoir et fabriquer des produits appréciés pour leur qualité, bien sûr, mais également pour leur sécurité et leur fiabilité.

Kapriol est le nouveau sponsor officiel de l'ASSE pour la saison 2024/2025. Pourquoi avoir signé ce partenariat et quelles valeurs partagez-vous avec les Verts ?

Nous sommes très heureux de ce partenariat avec ce club historique français. Nous avons signé ce contrat car, d'une part, nous avons besoin de plus de visibilité en France et, d'autre part, nos clients sont très attachés au foot. Nous avons choisi le club de Saint-Etienne car les valeurs humaines portées par l'équipe des Verts sont identiques aux nôtres : passion, détermination et cohésion. ■

L'entretien

PARTENAIRES PRINCIPAUX



PARTENAIRES OFFICIELS



ROLIX FRANCE

Réactivité, proximité, service



FABRICANT ET INSTALLATEUR, ROLIX FRANCE, IMPLANTÉ À SORBIERS, INTERVIENT DANS TOUTE LA RÉGION AUVERGNE-RHÔNE-ALPES POUR LA POSE DE MENUISERIES (FENÊTRES, SYSTÈMES COULISSANTS, VOLETS ROULANTS, PORTES D'ENTRÉE, DE GARAGE, STORES BANNES, MOUSTIQUAIRES ETC.), À DESTINATION DES PARTICULIERS ET DES PROFESSIONNELS. RÉACTIVITÉ, PROXIMITÉ ET SERVICE SONT LES MAÎTRES-MOTS DE LA SOCIÉTÉ REPRIS EN 2017 PAR NICOLAS DUPUY QUI EN EST ÉGALEMENT LE GÉRANT.



Fondée en 2012, à Sorbiers, Rolix France fabriquait uniquement des volets roulants. Reprise en 2017 par Nicolas Dupuy, Pdg et gérant, l'entreprise ligérienne a étendu son activité à la pose de menuiseries sur mesure en PVC, Aluminium ou bois (fenêtres, systèmes coulissants, fenêtres de toit, portes d'entrée, de garage, stores bannes, moustiquaires, brise soleil orientables etc.), en conservant toujours son activité de fabrication de volets roulants. "Notre force, c'est vraiment notre réactivité. Nous

avons signé un partenariat exclusif avec Drutex, un fournisseur polonais fabricant de menuiseries. Cela nous permet d'être très compétitif en matière de délais et de qualité produit", explique Katia Dupuy, assistante de direction et épouse du dirigeant, qui précise : "par exemple, pour une fenêtre en PVC sur mesure, Drutex nous livre sous trois semaines maximum. Nous sommes aussi très réactifs pour les volets, étant donné que nous les fabriquons sur place, et nous avons créé notre propre motorisation

ROLIX FRANCE. Nous pouvons signer un contrat le lundi et installer le client le vendredi ! Jusqu'à présent nous signons 80 % de nouveaux contrats grâce aux recommandations de nos clients". Réactivité, mais aussi proximité, service et produits de qualité ont permis à Rolix France de se forger une belle notoriété auprès de ses clients pour leurs projets de rénovation ou de construction : des particuliers, des artisans et des professionnels situés dans toute la région Auvergne Rhône-Alpes. Dans le Rhône, par exemple Lustrucru Frais, dans la Loire Chocolat Gaucher ou encore Stephanix (fabricant de matériel médical) font confiance au savoir-faire de Rolix France qui se développe au fil des années. Le dirigeant vient d'acquérir un nouveau bâtiment situé 11, rue Louis Blanchard, à 200 m du précédent, passant ainsi de 400m² à 1100m², dont 300 m² sont dédiés aux bureaux et au nouveau showroom qui vient d'ouvrir début novembre. Pour répondre à l'activité en forte croissance, Rolix France vient également de doubler son effectif en recrutant quatre nouveaux salariés. Son effectif passe désormais de 4 à 8 salariés. Et pour l'installation, Rolix France fait appel à la sous-traitance avec cinq équipes de pose régulières et de confiance. En 2023, l'entreprise a clôturé à 1,3 M€. Un chiffre d'affaires en constante augmentation. ■

WEESURE SECURITE

Un leader français de la sécurité privée en pleine expansion



FONDÉ EN 2005 PAR LOUIS LEULLIEUX, WEESURE S'EST IMPOSÉ COMME UN ACTEUR MAJEUR DE LA SÉCURITÉ PRIVÉE EN FRANCE ET EN AFRIQUE. FORT DE SON EXPERTISE EN SÉCURITÉ HUMAINE, EN TECHNOLOGIES DE SURVEILLANCE ET EN TÉLÉ-SURVEILLANCE, LE GROUPE A CONNU UNE CROISSANCE RAPIDE GRÂCE À UNE STRATÉGIE D'ACQUISITIONS AMBITIEUSE ET À UNE OFFRE DE SERVICES COMPLÈTE.

La croissance de l'entreprise est soutenue par l'innovation. En 2018, WeeSure a renforcé sa position en créant WeeSure Technologies, une



© WEESURE

filiale dédiée à l'innovation technologique. Avec l'acquisition de Mondial Protection en 2024, le groupe a étendu son champ d'action et propose avec Mondial Veille, un centre de télésurveillance de pointe. Grâce à une expertise multi-services dédiée aux grands comptes, WeeSure sécurise plus de 1 800 sites en France, allant des admi-

nistrations aux sites industriels, en passant par les infrastructures de transport. L'offre multi-services du groupe, combinant sécurité humaine, électronique et télésurveillance, répond aux besoins spécifiques de chaque client. Grâce à une maîtrise complète de ses activités, WeeSure garantit une qualité de service optimale et une réactivité sans égale. WeeSure c'est aussi une présence affirmée en Afrique. Avec quatre filiales implantées sur le continent africain, WeeSure accompagne les entreprises locales dans leurs enjeux de sécurité. Les valeurs d'humanisme, d'intégrité et de satisfaction client guident l'ensemble des actions du groupe sur le continent africain. Les clés du succès reposent sur une expertise reconnue : WeeSure est l'un des rares acteurs français à proposer une offre aussi com-

plète et intégrée. Et, les valeurs humaines sont au cœur de la stratégie du groupe avec une culture d'entreprise forte. Par ailleurs, WeeSure fait preuve d'une grande capacité d'adaptation en s'adaptant en permanence aux évolutions du marché et aux besoins de ses clients. Christophe Schaub, directeur commercial de WeeSure, souligne : "Notre succès est fondé sur notre capacité à offrir des solutions sur-mesure reposant sur le mix sécurité humaine et technologie, à nouer des partenariats de confiance avec nos clients et à nous appuyer sur une équipe de collaborateurs engagés." Les chiffres clés de WeeSure : 200 millions d'euros de chiffre d'affaires, 5 500 collaborateurs en France, 21 agences en France et une présence dans 4 pays d'Afrique. ■

FOCUS



Nos OFFRES VIP
Contact : Club des Etoiles
TÉL. 04 77 92 83 83



LOGES PRIVATIVES



PRESTIGE

INTERMARCHÉ

Intermarché

Producteurs et commerçants, un modèle unique

UNE VINGTAINÉ DE MAGASINS INTERMARCHÉ ET NETTO DE LA LOIRE ET LA HAUTE-LOIRE S'EST ASSOCIÉE POUR S'ENGAGER DANS UN PARTENARIAT AVEC L'ASSE. CES DEUX ENSEIGNES FONT PARTIE DU GROUPEMENT LES MOUSQUETAIRES. INTERMARCHÉ, QUI RASSEMBLE LE PLUS DE POINTS DE VENTE, DÉFEND UN POSITIONNEMENT UNIQUE ET TRÈS ENGAGÉ, CELUI DE "PRODUCTEURS & COMMERÇANTS".



"Ce qui fait la force d'Intermarché, c'est son modèle unique dans le monde de la grande distribution : producteurs et commerçants, nous garantissons aux consommateurs les meilleurs produits aux prix les plus justes", explique Arnaud Caron, chargé de communication pour la région Auvergne-Rhône-Alpes et gérant d'un magasin Intermarché à Briord, dans l'Ain. Intermarché fait partie du groupement Les Mousquetaires qui représente 4 100 points de vente, 3 100 chefs d'entreprise indépendants, 7 enseignes (Intermarché, Netto, Bricomarché, Bricorama, Bricocash, Roady Centre Auto et Rapid Pare-Brise) et 3 métiers : l'alimentaire, le bricolage, la mobilité. Présent dans quatre pays d'Europe, essentiellement en France mais aussi en Belgique, en Pologne et au Portugal, le groupement Les Mousquetaires compte au total 150 000 collaborateurs et a réalisé 53 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2023. La solidité du modèle Intermarché (et Netto) repose sur une particularité : elle est la seule enseigne en Europe à posséder ses propres unités de productions, dont 57 sont situées en France. "C'est ce que l'on appelle notre pôle agroalimentaire qui emploie 11 000 salariés en plus des 150 000 collaborateurs qui travaillent en magasins. Intermarché est le premier fabricant français de produits à marques propres et le premier armateur de pêche fraîche en France avec 15 navires et 200 marins", précise Arnaud Caron. Trois unités de production sont implantées dans la région Auvergne-Rhône-Alpes : Les salaisons du Lignon, en Haute-Loire, qui fabriquent des saucissons, Les fruitières

de Domessin, en Isère, qui produisent du fromage et Les eaux d'Aix-les-Bains, en Savoie, qui embouteillent de l'eau de source. "Grâce à ces unités de production, nous maîtrisons notre outil d'approvisionnement pour de nombreux produits que nous proposons à des prix défiant toute concurrence ; par conséquent nous réduisons considérablement les intermédiaires."

Intermarché se caractérise aussi par l'engagement de ses chefs d'entreprise indépendants à la tête de chaque magasin, au cœur des territoires. "Cette liberté nous donne l'opportunité de tisser de vrais liens de proximité avec nos collaborateurs et nos fournisseurs et de faire les bons choix stratégiques et économiques pour pouvoir proposer aux clients les meilleurs produits aux meilleurs prix", indique Arnaud Caron. Aujourd'hui Intermarché a signé un partenariat durable et engagé avec près de 5 000 PME françaises locales. Des circuits courts autant bénéfiques pour les producteurs locaux que pour les consommateurs. Le groupement Les Mousquetaires est le premier groupe de commerçants associés. Les chefs d'entreprise propriétaires assument l'entière responsabilité de la gestion de leur point de vente. Cette gestion directe par les adhérents du groupement Les Mousquetaires garantit l'implication de ses membres et la stabilité d'un groupe non soumis aux aléas des marchés financiers. "Nous sommes tous unis par notre sens de l'initiative, nos convictions, notre attachement à la proximité et notre volonté de vivre l'indépendance dans l'interdépendance", conclut le dirigeant. ■

Infos
Loire

Comment trouver ses premiers clients ?

La Fabrique à Entreprendre de Saint-Etienne Métropole, dispositif proposant aux porteurs de projets un accompagnement au sein de ses différentes structures, et la délégation CCI de Saint-Etienne ont créé un atelier pour aider les jeunes entrepreneurs à se lancer. Intitulé "Comment trouver ses premiers clients ?", cet atelier aura lieu jeudi 12 décembre, de 9h à 12h30, au Nelumbo 39 avenue de Saint-Etienne, à Andrézieux-Bouthéon. Différents thèmes seront abordés comme, par exemple, comprendre les principes fondamentaux de la prospection commerciale, apprendre à identifier et à qualifier les prospects, appréhender différentes techniques de prospection ou encore avoir les premières esquisses de son plan d'actions. Objectif : permettre aux jeunes chefs d'entreprise de se faire connaître, de vendre leurs produits, de se différencier. En deux mots : d'être performant ! Inscription auprès de Caroline Aubert au 04 77 43 04 60 et c.aubert@lyon-metropole.cci.fr

Noël 2024 : hausse du budget moyen dédié aux cadeaux

Selon une étude du cabinet Havas market, le montant consacré aux cadeaux de Noël serait en augmentation cette année grâce à la baisse marquée de l'inflation. Un panier moyen qui se situerait à 261,40 €, soit une augmentation de 16 € par rapport à 2023. Parmi les autres chiffres à retenir : 56 % des Français ont l'intention de limiter leurs dépenses contre 60 % l'année dernière. Afin de mieux gérer leur budget, les Français anticipent leurs achats. La moitié d'entre eux ont commencé leurs courses de Noël dès le mois de novembre et parmi ces acheteurs de la première heure, ils sont très nombreux à miser sur les promotions du Black Friday prévues le 29 novembre pour réaliser de bonnes affaires.

La RSE au service de la performance durable des entreprises

Le réseau d'entreprises ligérien Actifs organise le vendredi 13 décembre, de 8h30 à 10h30, un petit déjeuner à la Charpinière, à Saint-Galmier. Cette conférence intitulée « Comment transformer les nouvelles obligations RSE en opportunité pour son entreprise ? » sera animée par Sébastien Coquard, consultant chez RSE Attitude, société de conseil et formation au service des PME dans le domaine de la Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE). Dans un contexte règlementaire RSE qui se renforce et concerne de plus en plus les PME, il proposera aux participants de découvrir les nouvelles obligations RSE, leurs nouveaux enjeux et leurs implications concrètes pour les entreprises et comment les PME peuvent les anticiper et les intégrer afin d'améliorer leur démarche RSE. Inscription avant le vendredi 6 décembre : contact@actifs.fr ou 04 77 55 28 54. Tarif : 10 €.

Grand angle



MANUFACTURE
x NINKASI



SUITE 1933



TRIBUNE OFFICIELLE



GALERIE

La première banque des entreprises, engagée sur ses territoires

POUR LA 14^E ANNÉE CONSÉCUTIVE, LES DIRIGEANTS D'ENTREPRISE ONT DÉSIGNÉ LA BANQUE POPULAIRE COMME LA PREMIÈRE BANQUE DES ENTREPRISES EN FRANCE, SELON LA DERNIÈRE ÉTUDE KANTAR SUR LES PME-PMI. LA BANQUE POPULAIRE AUVERGNE RHÔNE-ALPES COMPTE UN MILLION DE CLIENTS, PROFESSIONNELS COMME PARTICULIERS. S'APPUYANT SUR SON MODÈLE COOPÉRATIF, ELLE EST UN ACTEUR ENGAGÉ ET RESPONSABLE SUR LES QUINZE DÉPARTEMENTS DE SON TERRITOIRE.

Née il y a 125 ans à la Roche-sur-Foron, en Haute-Savoie, la Banque Populaire Auvergne Rhône-Alpes a initialement été créée pour soutenir une poignée d'artisans et d'entrepreneurs locaux en leur permettant d'accéder au financement et au crédit. La Banque Populaire Auvergne Rhône-Alpes en accompagne aujourd'hui plus de 100 000. "L'ADN de la Banque Populaire Auvergne Rhône-Alpes réside dans ses fondations bâties sur un modèle coopératif. Aujourd'hui, nous comptons 350 000 sociétaires répartis



Immeuble le St Exupéry, à La Terrasse, où les équipes du site central emménageront prochainement.

sur les départements d'Auvergne Rhône-Alpes mais aussi dans les Hautes-Alpes, les Alpes-de-Haute-Provence et la Corrèze", explique Edouard Roche, directeur de département communication interne et institutionnelle de la Banque Populaire Auvergne Rhône-Alpes. Implantée dans quinze départements à travers 327 agences (dont 36 dans la Loire), la Banque Populaire Auvergne Rhône-Alpes emploie 3 200 collaborateurs (dont 245 collaborateurs commerciaux dans la Loire) qui accompagnent un million de clients. Des particuliers de toute typologie et des professionnels dont les branches les plus représentées sont les commerçants, les artisans, les professions libérales, les chefs d'entreprise et les dirigeants de start

up. "Notre clientèle se situe dans des bassins très urbains (Saint-Etienne, Lyon, Clermont-Ferrand ou Grenoble), mais aussi dans des zones rurales. Nous prenons en compte les problématiques spécifiques de chaque territoire pour proposer des solutions adaptées. Par exemple, nous avons conçu des offres destinées aux professionnels de santé qui souhaitent s'installer dans des déserts médicaux", indique Edouard Roche. Multi-experte, la Banque Populaire Auvergne Rhône-Alpes conseille et suit ses clients particuliers pour l'ensemble des thématiques du quotidien : moyens de paiement, épargne, crédit, assurance, gestion de patrimoine, etc. Appartenant au groupe BPCE (Banque Populaire Caisse d'Épargne), deuxième

groupe bancaire français, la Banque Populaire Auvergne Rhône-Alpes est également la première banque des PME depuis 14 ans, selon la dernière étude Kantar (2023) sur les PME-PMI. Parallèlement à son engagement auprès des professionnels, elle a pour ambition d'être un acteur de référence sur tous les enjeux de transition et d'adaptation. "Nous souhaitons vraiment accompagner nos clients vers les transitions écologique, énergétique, environnementale etc. Pour cela, nous avons lancé en 2020 la Banque de la Transition Énergétique. Sa mission : collecter localement de l'épargne que l'on prête pour financer des projets territoriaux en lien avec la transition énergétique", rappelle Edouard Roche. Par exemple, dans la Loire, dans la commune des Noës, située à 20 Km de Roanne, la Banque de la Transition Énergétique a financé à hauteur de 5 M€ un projet de parc éolien initié par la Communauté d'agglomération de Roanne dont l'objectif est de couvrir 50 % des besoins énergétiques du territoire d'ici 2050 grâce à cette énergie renouvelable. Depuis 2020, environ 500 M€ d'encours de crédit ont été réalisés sur le territoire couvert par la Banque Populaire Auvergne Rhône-Alpes. Et de nombreux autres projets sont en cours de réalisation. ■

A l'affiche



Activité sportive pour le BCDE, qui organisait le vendredi 15 novembre son premier événement Padel dans les installations du Terra Padel d'Andrézieux.

Le format de 6 matchs de 15 minutes, et 15 minutes de récupération entre chaque rencontre, a permis de donner à l'événement un rythme adapté à l'ensemble du plateau de participants, tout en favorisant les rencontres et les échanges business entre eux. L'événement s'est conclu comme il se doit, autour du verre de la convivialité. De l'avis de tous il s'agissait là d'un événement particulièrement réussi, grâce à l'organisation et l'encadrement des équipes d'ASSE PROMOTION et du TERRA PADEL.

L'équipe BCDE

L'ESSOR AFFICHES

Directeur de la publication : Roland Romeyer. Directeur d'ASSE promotion : Nicolas Jacq. Responsable de la Communication et des Médias : Thomas Granger. Éditeur délégué : Société L'Essor Affiches

PARTENAIRES PRINCIPAUX



PARTENAIRES OFFICIELS

