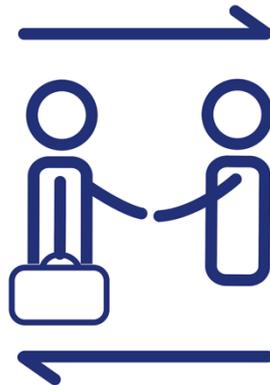


Revue de Presse Made in France

Contact : info@semioconsult.com

B2B

Avril 2020 - Octobre 2020



SémioConsult® est un cabinet de conseil spécialisé en stratégie d'entreprise et en stratégie de marque. Fondé par Anne-Flore MAMAN LARRAUFIE (Ph.D.), le cabinet dispose d'une expertise reconnue à l'international et d'une connaissance fine de la stratégie de gestion des marques, en particulier au sein du monde du luxe. L'entreprise est basée à Paris, Vichy, Singapour et Venise.

Spécialisé en gestion d'image de marque et en sociologie de la consommation, SémioConsult propose un accompagnement complet des marques de la définition de leur identité à l'optimisation de l'expérience-client et au déploiement opérationnel des stratégies définies. SémioConsult est aussi expert en gestion de l'identité de marque face à la contrefaçon et en valorisation du Made In France & Made in Italy.

Il compte dans son portefeuille clients de nombreux institutionnels et prestigieuses marques françaises et italiennes, ainsi que des PME et des entrepreneurs et start-ups.

SémioConsult mène également une activité de recherche et de publication d'articles dans des journaux spécialisés dont certains sont disponibles librement.

www.semioconsult.com

Polepharma soutient une vision industrielle de souveraineté qui récompense le made in France

SYLVIE LATIEULE

Publié le 21/04/2020 à 18h57

Sujets relatifs :

Politique de santé, Clusters, Coronavirus



© Polepharma

Depuis plusieurs années, Polepharma alerte sur les conséquences néfastes d'une perte de souveraineté de la France en matière de santé. Avec les enseignements de la crise du Covid-19, le cluster pharmaceutique espère que les pouvoirs publics sauront prendre des mesures de reconquête de souveraineté, même si le secteur pharmaceutique participe remarquablement à la gestion de la crise. Détails avec Fabien Riolet, directeur général de Polepharma.

Polepharma est le premier cluster pharmaceutique d'Europe qui regroupe 53% de la production pharmaceutique française, avec ses 272 adhérents. A ce titre, avez-vous des nouvelles de l'industrie française du médicament ?

Jusqu'à présent l'industrie pharmaceutique a bien tenu le coup. Malgré la crise sanitaire, les sites de production pharmaceutique ont pu continuer de tourner avec un taux de présence des collaborateurs de 75 à 85% en zone de fabrication. La production de médicaments, à la fois pour soigner le Covid-19, mais également les maladies chroniques habituelles, a été globalement maintenue, même si elle a un peu ralenti. Bien entendu, les entreprises ont dû mettre en place des gestes barrières et des mesures de distanciation. La généralisation du port du masque a figuré très tôt dans les attentes des salariés du secteur. Des mesures de télétravail ont aussi été prises pour les personnels travaillant dans les services administratifs.

Quelle est la situation au niveau des fournisseurs de l'industrie pharmaceutique ?

Effectivement dès la deuxième semaine de confinement des inquiétudes sont apparues au niveau des fournisseurs, tels que les transporteurs, mais aussi les équipementiers ou les fournisseurs de services, en particulier lorsqu'ils travaillent pour plusieurs secteurs industriels. Même si certains projets d'ingénierie, de maintenance ou d'achats d'équipements ont pu être reportés, il y a toujours des besoins. Or à Val-de-Reuil par exemple, il y a des entreprises, en particulier des TPE/PME, qui travaillent pour le secteur de la pharmacie mais aussi pour celui de l'automobile. Quand Renault a décidé de fermer ses usines, on a craint que cela mette en difficulté ces petites entreprises et pénalise le secteur pharmaceutique. Finalement ces inquiétudes ont été levées et nous avons pu préserver l'ensemble de la chaîne de valeur.

Avez-vous des nouvelles particulières de la chimie fine ?

Globalement, les industriels de la pharmacie disposent de suffisamment de stocks de matières premières pour poursuivre leurs fabrications. On a surtout observé des tensions sur l'alcool rentrant dans le processus de fabrication de certains médicaments comme le paracétamol. Du côté des chimistes, les sollicitations de laboratoires se sont accélérées pour

commencer à mettre en place des doubles sourcings. Il faut aussi souligner que la filière s'est fortement mobilisée à travers la fabrication de gels hydroalcooliques et de nombreux dons à destination des personnels de santé. Tout ceci nous a amenés à lancer une campagne sur le réseau social LinkedIn pour mettre en avant les salariés de production qui ont continué à se rendre à l'usine, conscients de leur responsabilité. Ils ne sont pas en première ligne comme le personnel médical mais si on file la métaphore présidentielle, ils incarnent l'effort de guerre sur lequel comptent les soignants - et les patients. Si la production s'était arrêtée, la situation aurait été plus critique encore.

Quels sont les chantiers lancés par Polepharma pendant cette période de confinement ?

Nous avons mis en place une réunion de crise hebdomadaire réunissant une quarantaine de sites industriels pour permettre à leurs patrons ou pharmaciens responsables d'échanger sur leurs plans de continuation d'activités et les bonnes pratiques à adopter. Cela se fait par le biais d'une conférence téléphonique hebdomadaire. Nous avons lancé un même type d'action à destination de responsables des ressources humaines pour les aider dans l'accompagnement des collaborateurs, la gestion du stress ou les mesures d'accompagnement de l'activité. Nous avons également été sollicités par les pouvoirs publics pour les aider à identifier des sites industriels qui pourraient produire en urgence des médicaments stratégiques. Au cours des deux premières semaines de confinement, nous avons aussi joué un rôle d'intermédiaire dans la fourniture de matériels – blouses, masques, gants... - pour les hôpitaux ou les Epahd qui venaient nous solliciter. Ces demandes se sont un peu tassées. En revanche, la région Normandie a passé une commande de 3 millions de masques et elle nous a sollicités pour identifier les entreprises de notre filière qui en avaient besoin. Nous allons donc nous occuper de la distribution pour le compte de la région.

Avec cette crise, le sujet de la souveraineté en matière de santé que vous portez depuis de nombreuses années est revenu sur le devant de la scène. Avez-vous bon espoir pour qu'il aboutisse enfin ?

Effectivement cela fait plusieurs années que nous dénonçons la mise en risque de la France en matière de souveraineté de santé qui a eu pour conséquence une désindustrialisation et d'importantes ruptures de médicaments. Pas plus tard que l'an dernier, nous avons organisé un grand colloque sur le sujet aux Invalides. Le Sénat s'était aussi mobilisé par un Rapport parlementaire extrêmement lucide et clairvoyant. Aujourd'hui, nous sommes déjà en train de réfléchir sur la façon dont nous allons nous mobiliser une fois que la crise sera passée. Il faut absolument que l'Etat ait une vision industrielle de souveraineté à long terme qui récompense le made in France. La pharmacie a souffert ces dernières années de la mise en place de plans d'économie dans le cadre des PLFSS, mais également de surenchères sur le plan environnemental lors de la transposition de normes européennes. La vision court-termiste, héritée d'une philosophie de mondialisation heureuse, a fait dégringoler la France en matière de production de médicament sur les dix dernières. Néanmoins ce n'est pas une fatalité. Un plan de relance de la production des principes actifs et des médicaments (particulièrement génériques, dont l'hémorragie vers l'Asie commence), suivi de 3 ou 4 ans de soutien volontariste aux investissements, ainsi que de conditions économiques récompensant le made in France, pourrait nous permettre de remonter dans la hiérarchie européenne aux côtés de l'Italie, de l'Allemagne ou de la Suisse, qui n'ont jamais renoncé à leur industrie.

Lien : <https://www.industriepharma.fr/polepharma-soutient-une-vision-industrielle-de-souverainete-qui-recompense-le-made-in-france,109941>

[21 avril 2020](#) [Société](#)

Initiatives / Toulouse : Au-delà de l'urgence, vers une « dynamique de relocalisation »



Antoine Roux, président de PrintO'clock, réfléchit à "l'après"... Photo D.-R.

L'imprimeur en ligne toulousain PrintO'clock vient, ces dernières semaines, de réorienter son activité pour répondre aux besoins en matériels de protection. D'ores et déjà en mesure de fournir des masques chirurgicaux à hauteur de plusieurs millions par mois grâce à ses filières d'approvisionnement, l'entreprise dirigée par **Antoine Roux** lance cette semaine une production locale de masques en coton. En démarrage, environ 1 000 pièces destinées aux particuliers ou professionnels sortiront chaque jour de l'atelier.

Au-delà d'un nécessaire approvisionnement international, *Printoclock* a décidé de s'engager dans la voie d'une production locale. Dès le 23 avril, ce sont près d'un millier de masques alternatifs en coton Oeko-tex qui seront fabriqués chaque jour à Toulouse.

Une prévision de 30 000 masques par mois

Le patron et la découpe du tissu seront réalisés dans l'atelier d'impression de *PrintO'clock*, avant de passer par l'étape de confection du produit fini, sur les machines brodeuses d'un co-traitant, dans la zone d'activité du Chapître.



Le masque produit par PrintOclock... Photo D.-R.

Ce masque à pli 100 % toulousain a été conçu dans le respect du cahier des charges AFNOR (SPRC S76-001). Ses deux couches de coton hypoallergénique (150 g/m²) enserment une couche de viscose (130g/m²) qui joue le rôle de filtre. Une démarche qui s'inscrit en cohérence avec les valeurs défendues par *Printoclock* depuis sa création : privilégier le **made in France** et le recours à des matériaux respectueux de l'environnement.

Antoine Roux, le président de la société toulousaine, explique : « *Nous savons que cette production en circuit court de 30 000 masques par mois ne peut à elle seule couvrir l'ensemble des besoins. Mais nous voulons d'ores et déjà nous inscrire dans « l'après », avec la perspective d'une réappropriation de la production en France et au niveau local. Tout début 2020, nous avons adopté une plateforme de vingt engagements en faveur de la transition climatique* (notamment « zéro colis par avion », NDLR), *qui sont autant de défis dans nos pratiques quotidiennes d'imprimeur en ligne... »*

« **Agir (...)** pour amorcer une dynamique de **relocalisation** »

Sans cacher l'ambition de l'entreprise pour la situation économique qui suivra le confinement : « *Nous ne pouvons alors imaginer être confrontés aux défis inédits et imprévus que nous impose la lutte contre le virus. Pour être en situation de faire face de manière immédiate, nous ne pouvons certes éviter les approvisionnements auprès d'autres pays. Mais nous voulons agir*, à notre échelle, dès aujourd'hui pour amorcer une dynamique de relocalisation dont *Printoclock* entend être un acteur. »

La **relocalisation**, c'est selon plusieurs sondages récents l'un des principaux voeux des Français pour « l'après » coronavirus. Selon une étude réalisée par [ViaVoice](#) pour le journal *Libération* et publiée mardi 31 mars, 70 % des

personnes interrogées estiment qu'**il faut reprendre la construction européenne** et créer une vraie puissance européenne, et 84 % qu'il faut « *relocaliser en Europe le maximum de filières de production.* »

Cela ne fut certes qu'un vœu pieu après la crise de 2008... Mais peut-être qu'un nouveau pas sera enfin franchi, sinon au niveau des filières industrielles peut-être pour des productions plus « locales », en matière d'agro-alimentaire notamment. On voit en tout cas, avec cette volonté affichée par le président de *PrintOclock* que le mouvement est en marche...

Ph. M.

Précurseur en France du *Web to Print*, PrintOclock a été créé par Antoine Roux en 2008 à Toulouse. Aujourd'hui leader indépendant de l'impression en ligne *BtoB*, l'entreprise développe une gamme de produits conçus pour répondre aux besoins de PME et TPE de nombreux secteurs. Elle compte 70 salariés, dont 55 % de femmes dans l'effectif, pour une moyenne d'âge inférieure à 30 ans et un chiffre d'affaires de 12,5 M€ en 2019.

Lien : <https://dis-leur.fr/initiatives-toulouse-au-dela-de-lurgence-amorcer-une-dynamique-de-relocalisation/>

Publiscopie : Groupe CERI, des process d'usinage et des solutions robotisées "French industrie" !

PUBLIÉ LE 23/04/2020 À 11H09

PUBLI-RÉDACTIONNEL GROUPE CERI | Machines-outils



Le Groupe CERI a pour particularité de concevoir et de produire toutes ses pièces en France. C'est à travers ses trois entités – CERI avec les machines d'usinage haut de gamme, Boust pour l'usinage de précision – et SeriMatec pour les moyens de manutention technique, que l'entreprise continue de développer tout son savoir-faire français.

"Le Made in France peut être considéré comme un label de qualité, cela apporte de la plus-value aux clients", explique Boris Eydt, directeur commercial. "En effet, pour un client français, savoir que nous produisons en local, cela le rassure, notamment sur notre réactivité en termes de rapidité de réponse à ses demandes et en termes de production. Une entreprise française possédant des filiales à l'international aura également l'assurance de garder un interlocuteur unique qui l'accompagnera sur ses différents sites implantés à l'étranger. Enfin, dans le domaine de la Défense, les donneurs d'ordre imposent de travailler avec des fournisseurs français. Là encore, le Groupe CERI est très actif." Ce dernier s'attache également, dans la mesure du possible, à ne travailler qu'avec des partenaires français. C'est le cas notamment sur les systèmes d'arrosage pour l'usinage.

RÉALITÉ VIRTUELLE...

En pointe sur la mise en oeuvre de nouvelles technologies, le Groupe CERI s'affirme également comme un groupe multicom pétence au service de l'industrie 4.0.

Ainsi, les entreprises CERI, Boust et SeriMatec font appel aux techniques de la réalité virtuelle et de la réalité augmentée. En interne, pour les différentes entreprises, cela facilite leur compréhension des procédés industriels qu'elles présentent.

Côté clients, les avantages sont nombreux également. Avec la réalité virtuelle, ces derniers plongent dans un monde numérique qui leur permet de visualiser l'installation dont ils disposeront et d'interagir avec la machine simulée.

... ET AUGMENTÉE

La réalité augmentée va encore plus loin en affichant des objets 3D dans un environnement réel. Il est ainsi possible de présenter une ligne de production complète avec des objets animés qui démontreront les fonctionnalités d'un robot par exemple. L'emploi de cette technologie donne accès aussi à des informations en temps réel sur le fonctionnement de la ligne de production par exemple.

"Que ce soit en faisant appel à la réalité virtuelle ou à la réalité augmentée, nous offrons la possibilité au client de se projeter dans sa future installation et de mieux appréhender les solutions qu'il mettra en oeuvre", souligne Boris Eydt. "Cela lui permettra également de valider les différents types de process avant leur mise en oeuvre."

Lien : <https://www.usinenouvelle.com/article/publiscope.N956801>

Jacomex met au point une enceinte de confinement XXL

VINCENT CHARBONNIER RUSSIE , SÉCURITÉ INDUSTRIELLE , CHIMIE , AIN , AUVERGNE-RHÔNE-ALPES
PUBLIÉ LE 21/06/2020 À 16H30

MADE IN FRANCE



Jacomex met au point des boîtes hermétiques allant jusqu'à 150 m³ de volume qui permettent de manipuler avec des gants, en toute sécurité, les produits toxiques.

Le confinement est une spécialité de Jacomex. À l'échelle industrielle. L'entreprise de Dagneux (Ain) fabrique des boîtes à gants depuis soixante-quinze ans.

Des boîtes hermétiques qui permettent de manipuler avec des gants, en toute sécurité, produits toxiques, virus et matériaux nucléaires, et de réaliser des opérations de dépôt de couche mince. Jacomex vient de livrer une enceinte de confinement XXL en Russie. De conception modulaire, jusqu'à 150 m³ de volume, cette unité fonctionne sans oxygène, sans humidité, sans azote, au niveau extrêmement bas de parties par million (ppm) nécessaire pour effectuer des soudures de titane. Équipée d'un ou deux sas de chargement automatique pour le transfert de pièces, cette enceinte est utilisée pour souder des pièces de réacteur d'avion. Elle a été conçue par l'équipe de R & D de Jacomex, renforcée par le recrutement d'un docteur et de trois ingénieurs depuis la reprise de la société familiale par Arnaud Guirouvet, l'ancien dirigeant du pôle lyonnais de la société d'ingénierie et de conseil Agap2.

Jacomex produit 120 boîtes à gants chaque année, destinées notamment au montage des mécanismes de montres de grand luxe. Cette "belle endormie", comme la qualifie son dirigeant, mise sur le dépôt de brevets pour faire la différence face à ses concurrents étrangers. Et sur le made in France. "Quasiment aucun composant n'est acheté en dehors de France". Les gants en néoprène très fin, par exemple, sont fabriqués par une entreprise normande, l'une des trois au monde à maîtriser cette technologie. Jacomex, qui emploie une cinquantaine de salariés, réalise déjà la moitié de ses 7 millions d'euros de chiffre d'affaires à l'export, dans 80 pays.

Lien : <https://www.usinenouvelle.com/editorial/jacomex-met-au-point-une-enceinte-de-confinement-xxl.N975251>

Le Français Storelift lève 5 millions d'euros pour déployer ses premiers magasins autonomes

LEVÉE DE FONDS La start-up française Storelift annonce ce 24 juin avoir bouclé un tour de table de 5 millions d'euros pour commencer le déploiement de son concept de magasin autonome de proximité.

AUDE CHARDENON

PUBLIÉ LE 24 JUIN 2020 À 06H00



Le Français Storelift lève 5 millions d'euros pour déployer ses premiers magasins autonomes© Storelift

Le premier magasin automatisé en France sera conçu par une start-up et... made in France. Storelift annonce ce 24 juin avoir bouclé un tour de financement de 5 millions d'euros mené par Cap Horn Invest et le fonds britannique LocalGlobe.

Ce tour d'amorçage permet à la start-up de consolider son avance technologique et de commencer le déploiement de ses magasins autonomes en France "*avec un passage à l'échelle*", précise le communiqué. La start-up ambitionne de devenir "*la première chaîne de magasins de proximité, connectés et autonomes*".

UN CONTAINER AUTOMATISÉ SUR-MESURE

Créée par David Gabai et Tom Hayat, et basée à Ivry-sur-Seine, la start-up a mis au point un magasin container de 15 m² baptisé Boxy. Il permet aux consommateurs d'accéder à un ensemble de références alimentaires du quotidien, 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7. Boxy est construit sur mesure et il ne nécessite qu'une simple arrivée de courant pour fonctionner.

La solution repose sur une technologie propriétaire qui utilise la vision par ordinateur pour détecter et reconnaître environ 300 références disponibles en magasin. En complément, des capteurs de poids développés en interne sont installés sur les étagères pour confirmer que les produits sont ôtés des rayons. De son côté, le client final utilise une simple application mobile où apparaît sa facture à la sortie du magasin. Deux ans de R&D ont été nécessaires à la start-up et à sa vingtaine de collaborateurs pour développer ce système.

Cette technologie est très proche de celle d'[Amazon](#) Go, mais Storelift se différencie sur un point essentiel. *"Les données sont analysées et gérées en local et la technologie n'utilise pas la reconnaissance faciale, permettant de ne pas récolter de données personnelles à l'insu du consommateur"*, tient à préciser la start-up. Par ailleurs, elle explique que sa technologie *"permet de réduire les coûts d'exploitation d'un point de vente traditionnel"*, sans préciser toutefois le coût de celle-ci.

RENDRE L'OFFRE DE PROXIMITÉ PLUS ACCESSIBLE

Les containers Boxy ont vocation à être implantés à proximité de

lieux de vie ou de travail car ils répondent à la *"problématique des zones de périphéries, industrielles et de bureaux où l'on trouve moins de commerces de proximité"*, explique la jeune pousse. L'objectif est de proposer une offre d'ultra proximité accessible, *"tant par la disponibilité du magasin que par les prix"*.

Cette nouvelle étape prend une dimension particulière dans le contexte post-Covid. *"Malgré l'extraordinaire accélération que le Covid-19 a créé pour l'e-commerce, le retail physique continue de représenter la majorité du volume des ventes, analyse George Henry, Partner chez Localglobe. Il y a d'énormes progrès autour des solutions de livraison, mais il est aussi de plus en plus évident que tant d'un point de vue économique que de durabilité, la livraison ne s'adapte pas à tous les types d'achats"*.

D'où la nécessité de développer des points de vente à proximité des populations tout en garantissant un modèle économique rentable, alors que le panier moyen d'un commerce de proximité alimentaire tourne autour de 10 euros. Un prix *"intenable économiquement pour la livraison"* alors qu'il s'agit du *"format qui connaît la plus grande croissance en Europe, en jouant sur des marges plus élevées que la moyenne"*, poursuit-il.

UN MARCHÉ EN PLEINE ÉBULLITION

Les magasins sans personnel de caisse sont-ils en train de décoller ? Alors que les personnels de la grande distribution ont été en première ligne lors de la pandémie de Covid-19, les magasins autonomes peuvent représenter plus qu'une alternative intéressante en préservant les collaborateurs, en facilitant les règles de

distanciation sociale et en favorisant le paiement sans contact. Certains ne s'y trompent pas et le marché est caractérisé par une certaine émulation depuis quelques semaines.

Si Amazon paraît le plus avancé dans le monde occidental – il a commencé [la phase de commercialisation de sa technologie "Just Walk Out"](#) et tente de convaincre les gros distributeurs américains – d'autres acteurs comme Zippin avancent. La start-up californienne [s'est alliée à l'enseigne Azbuka Vkusa](#), en partenariat avec Visa et avec la banque russe Sberbank, pour sa toute première boutique entièrement automatisée à Moscou. Une autre pépite américaine, [Standard Cognition, a annoncé le rachat de la société italienne Checkout Technologies](#), affichant ainsi des velléités en Europe.

L'Israélien Trigo Vision, qui a récemment signé un accord avec la chaîne de supermarchés Shufersal, est également en pourparlers de partenariat avec Tesco, l'un des plus gros retailers britanniques. Mais c'est en Asie que les magasins sans caisses et sans personnel sont les plus nombreux, avec la solution de CloudPick qui est implémentée dans les concepts Emart24 Store et NTT store, entre autres. En France, c'est du côté de la start-up Belive.ai, [qui travaille notamment avec Intermarché](#), que pourrait émerger une solution concurrente. Reste à savoir comment sera accueilli ce type de vente par les clients.

[AUDE CHARDENON@ChardenonA](mailto:AUDE.CHARDENON@ChardenonA)

Lien : <https://www.usine-digitale.fr/article/le-francais-storelift-leve-5-millions-d-euros-pour-deployer-ses-premiers-magasins-autonomes.N978706>