

### Le billet

#### Vivre « international »

Le déploiement international s'impose comme une évidence et non comme une option. Économie mondiale toujours plus ouverte et interactive, explosion du numérique, circulation intensive des biens et des personnes : le marché domestique est trop étroit, y compris pour les métiers de service. La question n'est pas de savoir si, mais comment aborder l'international. Certains écosystèmes obligent à opérer très tôt sur un territoire sans frontières ; d'autres entreprises, industrielles ou non, préfèrent de solides bases sur leur marché d'origine, avant de chercher un souffle supplémentaire sur un terrain plus large.

Dans tous les cas, au-delà de l'ambition stratégique, nécessairement de long terme et avec constance, l'international est une discipline pragmatique : il faut penser et vivre « international » au quotidien.

Il en va de même pour CM-CIC Investissement, né il y a 5 ans de fusions multiples et aujourd'hui leader du marché à capitaux bancaires en France. L'international représente déjà 24 % du chiffre d'affaires total de notre portefeuille.

Nous irons plus loin, pour mieux accompagner nos participations et stimuler leur croissance : d'ici 2022, CM-CIC Investissement consacrera 20 % de ses investissements directs, soit 650 M€, à des opérations hors de France, dans les métiers du capital-risque technologique, du capital-développement et du capital-transmission.

Les relais de croissance à l'international seront logiquement, pour moitié, dans le plus grand marché du monde du private equity, en Amérique du Nord : le modèle que nous avons expérimenté avec succès au Canada nous incite à nous implanter aux USA<sup>1</sup> (avec une équipe à Boston). Par ailleurs, nous créons une filiale en Suisse et nous allons également déployer des équipes en Allemagne et au Royaume-Uni.

Ces nouveaux développements dans ces différents pays s'inscriront bien entendu en étroite synergie avec les implantations locales de notre actionnaire le groupe Crédit Mutuel-CIC. Cette nouvelle dynamique accélérera les opportunités pour nos 430 participations actuelles et constituera une passerelle à double sens entre Europe et Amérique du nord.

Antoine Jarmak  
Président

<sup>1</sup> Sous réserve de l'obtention des autorisations réglementaires

## Rencontres à la Une

### Prochimir : international obligatoire !

Depuis sa création en 1990, Prochimir opère sur une niche du marché des films techniques et pour des clients mondialisés : l'échelle internationale est donc une nécessité. Le point avec Vianney Lescroart, PDG.

#### Quelle stratégie avez-vous développée ?

Vianney Lescroart : Jusqu'au début des années 2000, Prochimir exportait un peu, en proche Europe, avec des agents, mais recentrait déjà son offre sur des produits à plus forte valeur ajoutée. Le dirigeant de l'époque a alors développé une stratégie de conquête plus offensive en recrutant, en 2003, un Directeur Commercial qui avait 10 ans d'expérience à l'export. Il a, notamment, remplacé les agents - pas assez patients au regard de notre long cycle de vente - par une équipe commerciale en propre qui compte maintenant 8 personnes basées au siège. De même, lorsque nous avons ouvert un bureau aux USA, en 2014, nous l'avons confié à un collaborateur de longue date. Nous avons ainsi la maîtrise de notre portefeuille de clients et ces liens directs et durables permettent un travail de fond. Aujourd'hui, Prochimir exporte 75 % de ses produits, tous fabriqués sur un seul site français.

#### Avez-vous recours à des ressources externes ?

V. L. : Pendant un an, en 2012, un VIE (Volontariat International en Entreprise) nous a aidés à comprendre le marché nord-américain : on peut

tirer un bon parti de ces jeunes gens à condition de bien les encadrer. Maintenant que nous cherchons à nous implanter industriellement aux USA, nous utilisons le réseau de Business France à Chicago pour identifier de potentiels partenaires.

#### Quelles sont les clés du succès à l'international ?

V. L. : Pour réussir dès l'amorçage et optimiser les coûts qui sont élevés, il faut choisir de bons équipiers. L'autre clé est culturelle. Parler la langue du client permet une plus grande proximité et une communication plus fine. Pour cette raison, nous ne sommes pas encore prêts à aller en Asie ! S'adapter aux pratiques locales est indispensable, qu'il s'agisse de décliner les produits ou de respecter des usages.



#### PROCHIMIR

Participation CM-CIC Investissement depuis 2014

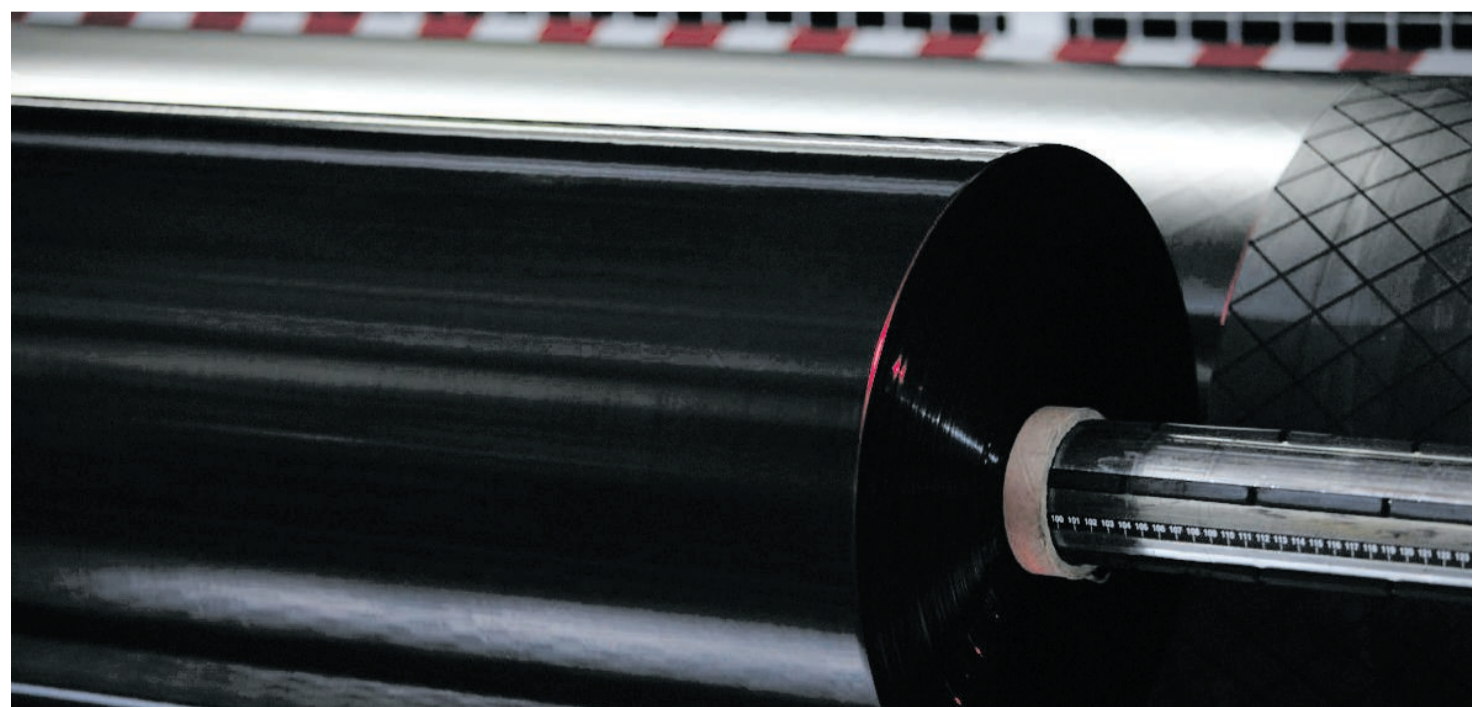
**Siège :** Pouzauges (85)

**Activités :** films techniques thermocollants obtenus par coextrusion multi-couches pour secteurs automobile, bâtiment, santé...

**Effectif :** 50

**CA 2015 :** 16 M€ dont 75 % à l'international

**Pays livrés :** EU (Allemagne / Pologne, République Tchèque, Slovaquie / Espagne, Portugal, Italie...) - USA - Chine...



# Rencontres à la Une

## Agta Record, experte en acquisitions internationales

Les portes automatiques de cette société suisse ont conquis 4 continents, de la Nouvelle-Zélande à Seattle, en passant par l'Ouzbékistan... suivant une ligne stratégique pérenne. Le point avec Hubert Jouffroy, Président.



### Quelle a été votre stratégie d'implantation ?

Hubert Jouffroy : Obligée de s'aventurer très tôt au-delà de ses petits marchés d'origine, l'Autriche où elle est née en 1953 et la Suisse, Agta Record a l'international dans les gènes. Elle cherche sans cesse à accroître sa couverture géographique et ses parts de marché. Dans les années 1990, nous avons orienté la stratégie vers le déploiement d'un modèle économique homogène basé sur la

maîtrise totale de la chaîne de valeur - production, installation, maintenance - sans plus faire appel à des distributeurs. Nous privilégions les filiales, créées ou acquises, relayées par nos agences locales pour un maillage dense donc rentable des territoires. Nous développons notre outil industriel de la même manière et, lorsque nous avons investi aux USA, en Malaisie et en Chine, nos choix ont été motivés par des exigences de performance économique ou de normes locales spécifiques.

### Parvenez-vous à décliner votre modèle partout ?

H. J. : Nous avons un rythme d'acquisitions soutenu : 5 en 10 ans au Royaume-Uni où nous sommes leaders ; 5 en 2015 en Australie, Malaisie, Royaume-Uni, Pays-Bas et déjà une en 2016 ! Il faut parfois reconfigurer leur profil : transformer un distributeur en producteur ou ajouter une mission commerciale à un site de production. Ainsi, nous tendons toujours mieux vers notre modèle.

### Privilégiez-vous les ressources internes ou externes ?

H. J. : De toutes les difficultés rencontrées dans ce parcours international, aventureux, délicat et complexe, les plus ardues sont celles liées aux personnalités, à la résistance au changement. Pour cibler et réaliser les acquisitions, nous faisons

appel à des sociétés spécialisées comme CM-CIC Investissement, puis nous avons créé notre propre département FUSACQ voici 4 ans. Pour piloter nos implantations, nous ne recrutons que des dirigeants locaux car c'est moins facile et plus risqué que d'expatrier un collaborateur, mais infiniment plus efficace en termes de maîtrise de la langue et de la culture, de connaissance du marché et des normes, d'accès à des réseaux locaux... Le profil est surtout commercial pour les petites structures et plus managérial s'il s'agit d'une filiale importante.

### AGTA RECORD

Participation CM-CIC Investissement depuis 2006.

**Siège :** Fehraltorf (Suisse)

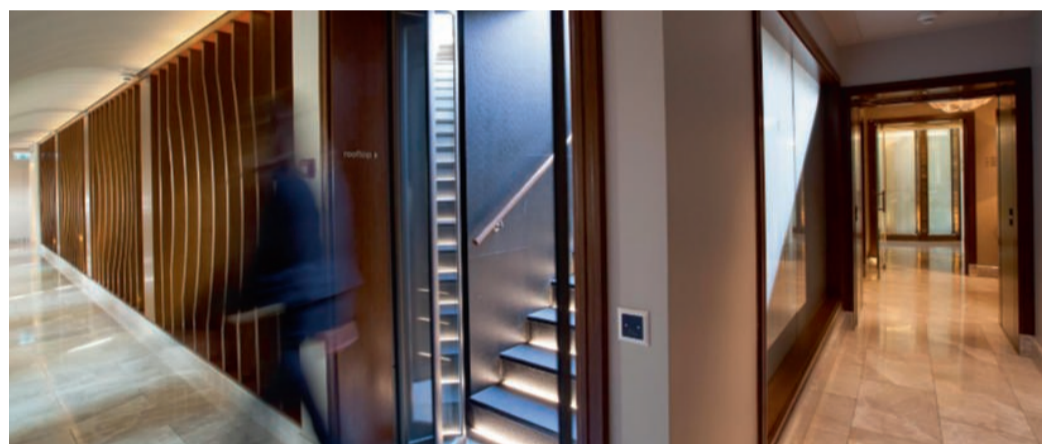
**Cotée Euronext**

**Activité :** fabricant de portes automatiques piétonnes et industrielles

**Effectif :** 2400

**CA 2015 :** 325,5 M€ dont 85 % hors de Suisse

**Pays livrés :** Europe de l'ouest et de l'est, Amérique du Nord, Asie-Pacifique



## T3L Group : le gène de l'international

L'expérience internationale du franco-danois T3L Group s'écrit depuis toujours, avec une amplification entamée voici 7 ans. Le point avec Yves Revenu, PDG.



### L'ADN de votre groupe n'est plus strictement français depuis fort longtemps ?

Yves Revenu : Sur la niche des produits de classement, la société a exporté dès les années 1980, en Suède, aux USA... Arrivé en 1995, j'ai cherché à optimiser son potentiel international. Un palier a été franchi avec l'acquisition de deux danois : 3L Office Products en 2009 et Probeco en 2011. Si nos produits et nos sites de production étaient complémentaires, c'est surtout la vision partagée de partenaires très exportateurs qui nous a réunis et T3L vit dans un environnement multiculturel. Un nouveau produit est lancé seulement s'il a un potentiel de référencement dans 10 pays au moins !

### Sur quelles ressources vous appuyez-vous ?

Y.R. : Pour bien comprendre les clients, il faut lever les barrières de culture et de langue. Notre équipe commerciale export - 15 personnes, 10 nationalités - est constituée d'un commercial par pays, basé dans son territoire, très autonome et intéressé au résultat

de son compte d'exploitation. Aux USA, nous avons adopté le modèle local : notre responsable de filiale pilote 60 agents de représentation. Pour l'Asie du sud-est, après avoir eu un bureau à Hong Kong, nous sommes revenus à la solution plus rentable d'un importateur par pays. Nous cherchons sans cesse de nouveaux débouchés dans des pays utilisateurs de papier. Depuis début 2016, nous vendons en Iran via un importateur. Pour l'Inde, nous réfléchissons, aidés par Aidexport et le bureau de représentation CIC à Delhi qui a réalisé une très sérieuse étude de marché et nous a organisé des rendez-vous sur place.

### Quelles sont les clés du succès ?

Y.R. : La maîtrise culturelle permet de bien huiler les rouages de la relation, de rassurer le client en lui ressemblant le plus possible. Cela signifie parler sa langue, fournir des documents dans sa langue, des produits expliqués plutôt par des images ou des pictogrammes, être ouvert aux pratiques et aux besoins locaux... Nous veillons aussi à avoir une structure de prix identique par type de client : importateurs, distributeurs, utilisateurs. Ainsi, leur valeur ajoutée est rémunérée de manière homogène, quelle que soit leur taille. Cette transparence respectueuse évite les problèmes et favorise un esprit de « famille », les échanges de bonnes pratiques...

### T3L

Participation CM-CIC Investissement depuis 2001

**Siège :** Geispolsheim (67)

**Activités :** design et commercialisation de fournitures de bureau, principalement de systèmes d'affichage

**Effectif :** 180

**CA 2015 :** 24 M€ dont 82 % hors France

**Pays livrés (50) :** Europe, USA, Asie...



## Voluntis : réussite à l'américaine !

Cette PME hyperspécialisée du secteur Sciences de la Vie, née en 2001, a créé sa filiale américaine en 2010. Une impérieuse nécessité pour être leader sur le marché mondial. Le point avec Pierre Laurent, CEO.



### Comment Voluntis a-t-il abordé les marchés internationaux ?

**Pierre Laurent :** Très tôt, nous avons choisi l'hyperspécialisation, avec une offre haut de gamme de logiciels compagnons thérapeutiques,

segment en forte croissance au carrefour du numérique, de la medtech et de la biopharma. Notre savoir-faire, très différencié, est ainsi plus aisément reconnu avec d'importantes barrières à l'entrée. Nous privilégions une implantation industrielle forte en France, pays attractif dans la durée, avec notamment des atouts humains (ingénieurs de talent, excellence des équipes médicales...) et financiers (aides Bpifrance, Crédit Impôt Recherche...). La commercialisation hors de France a débuté au Royaume-Uni, en 2006. Les bons résultats obtenus ensuite dans d'autres pays, notamment aux USA, nous ont incités à investir plus, avec une levée de fonds de 21 M€, en 2014 ! Devenu l'un des leaders du marché, Voluntis lèvera à nouveau des fonds en 2016, cette fois en priorité auprès d'investisseurs américains.

### Voluntis est une PME. Comment peut-elle viser le leadership du marché nord-américain ?

**P. L. :** Avec plus de la moitié de la demande, les USA sont un marché prioritaire que je connaissais déjà avant de créer la société. Nos principaux partenaires commerciaux, les grands comptes pharmaceutiques mondiaux, sont fortement

implantés sur ce continent où ils réalisent la plus grande partie de leur chiffre d'affaires. Parce qu'il y a complémentarité d'expertises et convergence d'intérêts entre eux et nous, ils nous entraînent dans leur sillage à l'international. Notre premier contrat US, signé en 2009, permet à près de 100 000 patients de bénéficier d'un suivi de leur traitement anticoagulant. En 2010, nous avons créé une filiale à Boston. Elle est aujourd'hui pilotée par l'un des fondateurs de la société. Garant de notre ADN, il transmet nos valeurs et assure une excellente représentation de la société vis-à-vis des acteurs locaux : un palier de crédibilité a été franchi, permettant notamment de recruter des talents locaux pour former une équipe solide.



### Comment aborder les USA ?

**P. L. :** C'est un marché attractif, mais incroyablement complexe. Nous avons beaucoup appris en dialoguant avec d'autres sociétés. Il faut être à la hauteur du ticket d'entrée sur ce marché, plus élevé qu'en Europe : il faut ajuster l'offre aux pratiques médicales locales, obtenir les homologations réglementaires de la FDA (Food and Drug Administration) les plus exigeantes au monde dans notre domaine d'activité, développer son attractivité...

#### VOLUNTIS

Participation CM-CIC Investissement depuis 2007

**Siège :** Paris (75)

**Activités :** logiciels compagnons thérapeutiques (dispositifs médicaux) avec deux axes principaux : diabète et oncologie

**Effectif :** 100

**CA 2016 :** environ 12 M€ dont 80 % à l'international

**Pays livrés (10) :** 9 en Europe, USA

## Avis d'expert

### Un savoir-faire, des méthodes et un réseau d'experts pour vous faciliter l'accès aux marchés internationaux

Les entreprises françaises considèrent aujourd'hui naturellement le développement à l'international comme un relais de croissance prioritaire. Les opportunités sont effectivement multiples, mais le chemin est semé d'embûches. Depuis sa création il y a 35 ans, CM-CIC Aidexport, filiale du groupe Crédit Mutuel - CIC, conseille et accompagne les clients du Groupe dans leurs projets à l'international. Rencontre avec André Senior, Responsable Développement commercial Grande Clientèle Entreprise.

#### En quoi le développement à l'international constitue-t-il un enjeu majeur pour les entreprises ?

**André Senior :** Tout d'abord, tout projet à l'international conduit à une réflexion sur la stratégie globale de l'entreprise, bien au-delà des seules actions commerciales à l'export déjà engagées ! Les motivations initiales sont variées, qu'elles aient pour origine, par exemple, une stratégie commerciale offensive ou l'impératif d'une présence industrielle hors de nos frontières auprès d'un grand client. Il peut s'agir de consolider et de maîtriser le déploiement d'actions (export, approvisionnements) accumulées au gré d'opportunités dans divers pays ; d'adapter le dispositif commercial et les partenariats sur les marchés existants ; d'explorer et de diversifier les circuits de commercialisation et de distribution ; de compenser l'atonie du marché domestique ; de valoriser le déploiement d'une innovation technologique ; d'optimiser les capacités industrielles (sous-traitance, fabrication, intégration logistique). L'équipe de CM-CIC Aidexport accompagne donc le dirigeant de l'entreprise pour l'aider à préciser ses objectifs et à les considérer en regard des contraintes et des opportunités à l'international. Ainsi, dans les secteurs du textile technique, du meuble, ou de la mécanique est réévaluée l'approche traditionnellement fondée sur le seul coût de la main-d'œuvre. Ces métiers doivent, désormais, intégrer de nouveaux facteurs de compétitivité, développer l'intégration industrielle

et logistique (juste-à-temps, contrôle qualité, risques de contrefaçon) puis engager une diversification géographique et commerciale. Force est de constater que les entreprises les plus internationalisées sont aussi les plus solides et les plus innovantes. Elles rassurent leurs partenaires sur leur vision stratégique et progressent plus vite en chiffre d'affaires, en valeur ajoutée industrielle et commerciale, dans leur mise en valeur des ressources humaines.

#### Quels points majeurs retenir dans les recommandations faites aux entreprises qui veulent se développer à l'international ?

**A. S. :** Ils sont nombreux. Mais l'essentiel, c'est avant tout de définir une stratégie claire, ne pas sous-estimer les moyens nécessaires à sa réalisation et d'identifier les facteurs clés de succès. Des exemples ? Les marchés émergents à fort potentiel - Chine, Russie, Brésil, Indonésie, Inde, Turquie - constituent autant d'opportunités que de véritables défis : concurrence exacerbée, opérateurs low-cost, complexité logistique, réseaux de distribution éclatés, segments étroits de consommateurs véritablement solvables et accessibles, conformité des normes techniques et contraintes réglementaires. Pour les marchés plus matures, l'un des principaux facteurs de succès est certainement l'investissement commercial en proximité des clients et des distributeurs : l'approche opportuniste et dispersée, encore très fréquente, est le plus souvent vouée à l'échec. Valoriser un avantage compétitif ou une technologie innovante et différenciante, ou promouvoir l'excellence d'une origine France à l'export... doit aussi s'accompagner d'une écoute attentive des besoins du marché, d'une politique commerciale adaptée et énergique, fondée sur une culture du contact direct avec les décideurs à l'achat et d'un service après-vente performant. S'y ajoute en facteur décisif, l'implication des dirigeants au plus haut niveau de l'entreprise, afin de rassurer partenaires et clients quant à la pérennité de la démarche sur le marché.

#### Pour les entreprises déjà actives à l'international, quels sont vos constats ?

**A. S. :** Les entreprises clientes de CM-CIC Aidexport, s'orientent vers 3 axes essentiels avec l'appui et le conseil de nos experts. L'implantation directe qui nécessite de bien maîtriser les contraintes et la culture locale. Ainsi, les activités des filiales de PME-PMI françaises implantées à l'étranger représentent 25 % du chiffre d'affaires global de ces groupes. Le partenariat de co-développement : volontaire ou imposé par un cadre réglementaire local (Algérie, Indonésie, Inde), ce schéma requiert une attention particulière aux contraintes de gouvernance pour assurer une réalisation effective des plans d'actions prévus. La croissance externe : la décision d'acquiescer une part de marché ou une capacité industrielle n'est plus l'apanage des grandes entreprises. Si on considère le second axe par exemple, il convient de souligner l'évolution des modes de fonctionnement habituels avec les partenaires commerciaux contractés sur les marchés ; pour capter les plus efficaces très sollicités par les principaux opérateurs à l'international, le schéma classique de délégation commerciale avec négociation des marges doit évoluer vers un co-développement plus exigeant (formation, information, services, animation). La démarche pourra de préférence être complétée par une présence directe sur le marché (filiales, bureau commercial, joint-venture) afin de maîtriser la distribution et la communication de marque. Par ailleurs, ces entreprises ont souvent assuré la réussite de leurs projets en ayant une bonne maîtrise des solutions bancaires et financières adaptées. C'est un facteur décisif lors des négociations (accompagnement en crédit des clients et des fournisseurs), pour la maîtrise des risques d'exploitation (sécurisation des règlements, garanties lors des appels d'offres, risque de change,...) et pour la mobilisation des financements (acquisitions, implantations,...) nécessaires.

Eric Rozuel, Directeur Délégué

André Senior, Responsable Développement commercial Grande Clientèle Entreprise CM-CIC Aidexport.

#### La proximité de la compétence, pour accompagner les entreprises dans leur développement à l'international.

CM-CIC Aidexport, une filiale à 100 % du groupe CM-CIC. L'équipe d'experts de CM-CIC Aidexport, basée à Paris et à l'étranger, rencontre et conseille les dirigeants pour leurs projets à l'international.

Métier technique et spécialisé, le conseil au développement à l'international permet de conjuguer le conseil, l'expérience et la vision de marché des équipes, aux missions exploratoires et de rencontres sur le terrain. L'enjeu consiste à alimenter la réflexion stratégique, d'aider au choix des axes de croissance et de définir les actions concrètes à mener.

Ils interviennent sur sollicitation des chargés d'affaires entreprises ou internationaux dans les réseaux, et aussi auprès des acteurs du Groupe CM-CIC, dont CM-CIC investissement, qui souhaitent faire profiter leurs clients de ces prestations.

Le pilotage et la réalisation des interventions sont réalisés en coordination avec le réseau des bureaux du Groupe à l'étranger qui couvre près de 50 pays ; les équipes à l'étranger sont parfaitement insérées dans le contexte économique local et les réseaux d'affaires et interviennent en appui de CM-CIC Aidexport.



# Actu Entreprises de notre Portefeuille

## Auxitec



Le groupe d'ingénierie Auxitec, basé au Havre, démarre l'année 2016 sous le signe du développement avec l'acquisition de parts majoritaires dans deux sociétés d'ingénierie. La première, la société Bert, complète le savoir-faire d'Auxitec Industrie en matière d'études de structures pétrolières Offshore Oil and Gas, de structures métalliques et de génie civil pour aborder le marché de la prospection pétrolière et de l'éolien. La seconde, la société BIM, enrichit l'offre d'Auxitec Bâtiment par son expertise en management de maquette numérique dans le contexte de déploiement du 3D et du Building Information Modeling.

## Biovision

Biovision World Life Science Forum 2016 a rassemblé, à Lyon, les 13 et 14 avril 2016, 1 300 participants de plus de 30 pays, autour de conférences sur les thèmes Médecine et Humanités, Vaccins du Futur, Prévention du cancer : défis et opportunités, et Patient Digital. Le jury de l'Investor Conference, qui regroupait 15 investisseurs spécialisés nationaux et internationaux, a été coprésidé par Karine Lignel de CM-CIC Innovation et le Dr Lukas Günther, d'Alstin (All). Après une phase de présélection comptant plus de 70 candidates, 28 startups innovantes ont été retenues pour se présenter dans le cadre de Biovision.

Biovision est un lieu unique d'échanges entre le monde académique et celui des entreprises ainsi qu'avec les instances réglementaires de la Santé.

## Bleu Blanc Tech

Le 23 mars dernier, Emerillon Capital est intervenu devant la communauté entrepreneuriale de Montréal lors de l'événement de lancement de Bleu Blanc Tech, le French Tech Hub de Montréal, afin de promouvoir les technologies et l'innovation française. Compte tenu de sa position incontournable dans l'écosystème de l'innovation et des technologies à Montréal, il était tout naturel qu'Emerillon Capital s'implique dès l'origine dans cette initiative Bleu Blanc Tech, qui a notamment pour objectif de rassembler la communauté Franco-Montréalaise d'entrepreneurs, de dirigeants, d'investisseurs, d'ingénieurs et institutionnels. Lancé en juin 2013 et impulsé par CM-CIC Investissement, Emerillon Capital a déjà investi dans une dizaine de sociétés de technologies basées au Canada, aussi bien dans le domaine des technologies de l'information que dans la santé.

## Burger



Le groupe Burger (CA : 57 M€ - 140 salariés), historiquement présent dans les produits d'aménagement de la maison et du jardin, acquiert la société Architecture du Bois (CA : 9 M€), fabricant de terrasses en bois et surtout inventeur d'un système breveté de clip permettant une pose (ou une dépose) très facile. Renommé I-Clip, ce système, par ailleurs récompensé par une médaille d'or au concours Lépine en 2008, permet également la pose de bardages sur les façades. Cette acquisition vient renforcer les deux pôles du groupe Burger en élargissant l'offre présentée aux clients : B2B (marques Burger et Jardipolys - CA 45 M€), et B2C (marque Booa - CA 12 M€).

Dès cet été, une trentaine de magasins de bricolage seront approvisionnés en France et dans différents pays européens (Suède, Danemark et Pologne).

Après le lancement des maisons préconstruites Booa en 2011 pour lequel CM-CIC Investissement avait investi 3 M€, le groupe Burger montre, par cette acquisition, sa capacité à élargir ses horizons produits en misant sur l'alliance de l'innovation et de la simplicité. CM-CIC Investissement a accompagné Burger dans l'acquisition de cette société déjà connue de ses équipes.

Après le lancement des maisons préconstruites Booa en 2011, qui se vendent au rythme de 2 à 3 par semaine, le groupe Burger montre par cette acquisition sa capacité à élargir ses horizons produits en misant sur l'alliance de l'innovation et de la simplicité.

## Gecko

Gecko Biomedical a été créé en 2013 par Christophe Bancel et Bernard Gilly, avec le soutien du Dr Maria Perreira (sélectionnée par le magazine Forbes parmi les « 30 personnalités de moins de 30 ans du secteur de la santé »). Le Prof Jeff Karp (Harvard Medical School, Brigham and Women's Hospital Boston) et le Prof Bob Langer (Massachusetts Institute of Technology) en sont également cofondateurs. Gecko, qui a été financé, dès décembre 2013, par CM-CIC Innovation, Omnes et Cap Décisif, vient de boucler un tour de financement de 22,5 M€ mené par Sofinnova partners, avec le concours de Bpifrance. Gecko, qui développe des polymères innovants permettant de refermer des plaies, a développé une plate-forme maintenant complètement industrialisée, avec un niveau unique de biocompatibilité et un très large potentiel d'actions différentes.

## Luxcarta

CM-CIC Investissement vient d'entrer au capital du groupe Luxcarta, aux côtés de ses trois dirigeants : Albéric Maumy, Lionel Laureo et Justin Hyland. Né du rapprochement des sociétés Geolmage et Computamaps, le groupe Luxcarta est spécialisé dans la production de données cartographiques à destination des opérateurs télécoms, dans un but d'optimisation des réseaux cellulaires et Wifi. Avec près de 9 M€ de chiffre d'affaires, de belles références clients telles que Nokia, Ericsson, Orange, Aircom, Polaris Wireless ; plus de 120 collaborateurs et une présence sur 5 continents, le groupe Luxcarta entend ainsi accélérer son développement sur le marché des géo-données, en intensifiant son positionnement international et en se rapprochant d'autres entreprises liées à l'écosystème géospatial.

## SFPI

SFPI (CA 2015 : 509 M€ - 4 000 collaborateurs) est un groupe industriel diversifié, organisé autour de 5 filiales dans le Bâtiment avec DOM Security, MAC et ERYMA et dans l'Industrie avec NEU et MMD.

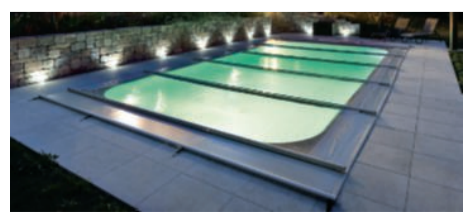
Après DOM Security, coté depuis 1994, c'est maintenant le Groupe SFPI que les actionnaires ont décidé de coter sur le marché. Aussi, début 2015, il a été décidé d'entrer en bourse par le biais d'un mécanisme original : « le reverse takeover ». Pour mener à bien ce projet, SFPI a racheté au printemps 2015 une coquille cotée, la société EMM SA. L'OPA a eu lieu en juillet dernier et a permis à SFPI de détenir 97,54 % des titres d'EMM SA. L'opération, finalisée en décembre dernier avec la fusion entre les deux structures a permis à SFPI d'accéder à la cotation en bourse.

CM-CIC Investissement qui accompagne Groupe SFPI depuis 1999 s'est engagé à participer à la reconstitution du flottant en bourse, mais convaincus de la justesse du modèle développé par le dirigeant et ses équipes et confiant dans l'avenir du groupe, nous entendons poursuivre notre accompagnement.

## Waterair

Accompagné par CM-CIC Investissement depuis 2002, lors de son rachat par Jacques Braun, l'actuel Président, le groupe Waterair (CA : 48 M€ - 320 salariés), leader européen des piscines enterrées en kit, commercialise désormais un produit innovant de couverture de piscines. Baptisé Solae, il permet d'assurer plusieurs fonctions : obtenir une température de 6 à 9° C au-dessus de l'air ambiant, une sécurité totale tant en hiver qu'en été, et éviter l'évaporation et le développement d'algues. Breveté et fabriqué en France, il limite en conséquence l'usage des produits d'entretien et permet des économies d'eau et d'énergie. Fruit d'une longue période de recherche et de mise au point, ses performances techniques ont été enregistrées par constat d'huissier et les normes de sécurité en vigueur pour le bassin sont parfaitement respectées.

La base clientèle du groupe, avec près de 100 000 unités installées, sera une rampe idéale de lancement commercial de cette nouvelle offre.



# Agenda

Découvrez les événements passés et à venir dont CM-CIC Investissement est partenaire.

### Prix CF NEWS et PEM

En début d'année, CM-CIC Investissement a été doublement récompensé. Tout d'abord, en février, CM-CIC Investissement a remporté le 1<sup>er</sup> prix du Fonds Capital Développement Minoritaire, décerné par CF News, qui pour la 2<sup>ème</sup> année consécutive a publié en exclusivité le classement des acteurs de ce segment de marché. Puis, le 4 avril, lors d'une cérémonie qui s'est déroulée au théâtre des Folies-Bergères, CM-CIC Investissement a été lauréat du « Prix du Fonds d'investissement small cap », décerné par Private Equity Magazine. Nous devons ces distinctions aux dirigeants des entreprises qui nous font confiance.

### French American Business Awards

En tant que membre du jury, CM-CIC Investissement a participé le 27 avril à Boston à la remise des prix des French American Business Awards (FABA) 2016, organisée par la FACCNE (French American Chamber of Commerce of New England). Cet événement récompense chaque année la capacité d'innovation de certaines entreprises françaises et américaines établies sur les deux continents, à la fois en France et en Nouvelle-Angleterre et ceci dans différents secteurs industriels. Cette implication aux FABA a permis d'inciter quelques entreprises de notre portefeuille à se porter candidates. L'une d'elles, Hemarina, a ainsi remporté le 1<sup>er</sup> prix dans sa catégorie. Cette année, l'événement coïncidait avec les 30 ans de la FACCNE. Aussi, de nombreux acteurs de la place économique de Boston étaient présents : une excellente occasion d'identifier des opportunités d'affaires transatlantiques.

### Big Booster

Big Booster est un programme d'accélération pour les startups à l'international, créé par la Fondation pour l'Université de Lyon, en partenariat avec Mass Challenge à Boston.

Après une présélection effectuée par le Comité coprésidé par Marie-José Quentin-Millet (Sanofi Pasteur), Nathalie Garçon (Bioaster) et Karine Lignel (CM-CIC Innovation), trente startups issues du domaine de la Santé ont été présélectionnées parmi 72 candidates, pour la première semaine de formation et d'accompagnement qui a eu lieu à Lyon en octobre et qui a abouti à la sélection de 20 finalistes. Lors d'une seconde session à Boston, ces finalistes ont pu travailler avec des entrepreneurs et des financiers nord-américains, avec notamment la participation de Ludovic André d'Emerillon Capital. Cette seconde sélection a réduit à 10 les entreprises encore en lice et qui se sont présentées lors de la sélection finale en avril, en collaboration avec Big Booster.

### StartWest

Comme chaque année, CM-CIC Investissement a soutenu la manifestation StartWest, événement consacré à la rencontre d'investisseurs et de jeunes entreprises innovantes. Parmi plus d'une centaine de dossiers reçus, seuls trente nominés ont eu la chance de présenter leur projet, en quelques minutes, devant un parterre d'investisseurs nationaux et un jury qualifié. Le prix coup de cœur 2016 a été décerné à Algo.

Cette édition nantaise de 2016 a souhaité, en plus des présentations des sélectionnés, mettre en exergue des exemples concrets d'histoires « Dirigeants/ Investisseurs » sous la forme de courtes interventions de binômes. Ainsi, Emilie Lidome, de CM-CIC Innovation et Jérôme Fortineau, dirigeant de Keosys, ont pu relater leur expérience commune et le bout de chemin fait ensemble.

### Visite privée au Musée des Beaux-Arts de Rouen

Le Festival Normandie Impressionniste consacre sa troisième édition au portrait. Le 19 avril, CM-CIC Investissement et CIC Nord-Ouest ont eu le plaisir d'accueillir plus de 200 personnes, à l'exposition « Scènes de la vie impressionniste », organisée par le Musée des Beaux-Arts de Rouen. À travers une centaine de tableaux, sculptures, photographies et correspondances manuscrites, c'est l'univers personnel des grands maîtres de l'impressionnisme tels que Manet, Monet, Renoir, Cézanne, Degas, Morisot... qui a été dévoilé et commenté par des guides. Les échanges ont pu se poursuivre autour d'un cocktail dinatoire, servi dans le Jardin des sculptures.

### Festival de Pâques

2016 a été la 4<sup>ème</sup> édition du Festival de Pâques, qui s'inscrit dans une tradition musicale remarquable et place la ville d'Aix-en-Provence parmi les capitales incontournables de la musique classique. Le 30 mars, CM-CIC Investissement a convié une cinquantaine de dirigeants d'entreprises de la région PACA au concert Malher Chamber Orchestra qui s'est déroulé au Grand Théâtre de Provence, sous la direction de la violoniste Isabelle Faust, lauréate de prestigieux concours.

Cette soirée a enthousiasmé l'ensemble des invités, qui, durant l'entracte, ont pu échanger sur la qualité de ce moment musical d'exception. Partenaire fondateur du Festival, le groupe CM-CIC, pour qui la musique classique est l'un des axes majeurs de son mécénat, poursuit son soutien pour la pérennisation de ce Festival.

### Journée « Rencontres Entrepreneurs » chez Aplix

Aplix est l'un des leaders mondiaux des auto-agrippants et compte à son capital CM-CIC Investissement, actionnaire depuis 1988. Le 15 mars 2016, Sandrine Pelletier, Directrice Générale d'Aplix, entourée de son équipe de direction, nous a accueillis, au sein de l'entreprise, pour une nouvelle édition des « Rencontres Entrepreneurs ». Les 25 dirigeants présents, partenaires ou prospects, tous intéressés par l'industrie et l'international, ont pu découvrir une usine d'exception sur le plan architectural ainsi qu'une ETI familiale qui a su imposer ses produits mondialement, puisqu'elle réalise plus de 95 % de son activité à l'étranger. Après une présentation du groupe par sa dirigeante, suivie d'une visite des ateliers très intéressante, la soirée s'est prolongée autour d'un cocktail, dans une ambiance conviviale.



### Déjeuner d'idées à Strasbourg

C'est dans le cadre sympathique d'un restaurant gastronomique strasbourgeois que CM-CIC Investissement a réuni une dizaine de dirigeants de PME et ETI alsaciennes, autour du thème : le spectre de l'inflation. L'intervention de François Duhon, Chef économiste de CM-CIC Market Solutions, a permis de faire le point sur des sujets aussi variés que les politiques monétaires des banques centrales, la conjoncture macro-économique, le cours du pétrole, l'évolution de l'investissement et de la demande pour les entreprises... Les dirigeants présents ont largement fait part de leurs interrogations, commenté, et réagi au regard de leurs industries respectives, très diverses : agro-alimentaire, linge de maison, équipement industriel, électronique et ingénierie, sous-traitance pharmaceutique, piscines, laboratoires d'analyse...

La lettre de CM-CIC Investissement  
28 avenue de l'Opéra - 75002 PARIS  
Directeur de la publication : Antoine Jarmak  
Tél. : 01 53 48 53 00

Les informations figurant dans ce document proviennent de sources dignes de foi. Elles sont néanmoins données sans garantie et ne sauraient engager notre responsabilité. La rédaction de cette lettre a été achevée le 15 juin 2016.

Rédaction : Christiane Rongjard - Conception : TheLINKS.fr  
Crédits Photos : Prochimir - Agta Record - T3L - Voluntis - Beltrami - Auxitec - Burger - Waterair

site : [www.cmcic-investissement.com](http://www.cmcic-investissement.com)  
contact : [cmcic-investif@cmcic.fr](mailto:cmcic-investif@cmcic.fr)

PARIS – LYON – NANTES  
BORDEAUX – LILLE  
STRASBOURG – MONTRÉAL

**CM-CIC**  
**Investissement**  
Croire en vous, c'est capital