



# CARNET DE ROUTE

---

DES ENTREPRISES  
DE LA MANCHE

- VOLUME 1 -

# La Manche, côté entreprises

L'accueil du Grand Départ du Tour de France 2016 dans la Manche est l'occasion de faire découvrir les richesses et les trésors touristiques du département, mais pas seulement.

Le long des 350 km de côtes ou au cœur du bocage se nichent, voire se cachent, de très belles aventures entrepreneuriales et des entreprises possédant des savoir-faire rares et insoupçonnés et qui, pour certaines d'entre-elles, rayonnent dans le monde entier.

Département rural et maritime, la Manche possède un tissu économique diversifié. L'agroalimentaire et l'économie maritime et conchylicole y sont importants bien-sûr, mais de nombreuses filières sont présentes, s'appuyant sur un tissu dense de PME, PMI et TPE. 21 500 entreprises et plus de 11 000 exploitations agricoles assurent le dynamisme économique du territoire.

Ce 1<sup>er</sup> carnet de route vous invite à flâner entre terre et mer à la rencontre de quelques-unes de ces entreprises représentatives des savoir-faire de notre département.

Que ce soit dans l'agencement, la carrosserie, le nautisme, la métallerie ou l'agriculture, vous découvrirez des entreprises qui innovent, renouvellent les techniques traditionnelles et tracent leur chemin avec enthousiasme.

Vous irez surtout à la rencontre de femmes et d'hommes, heureux de partager avec vous leur grand attachement à la Manche.

**Pascal FERÉY**

Président de Manche Développement

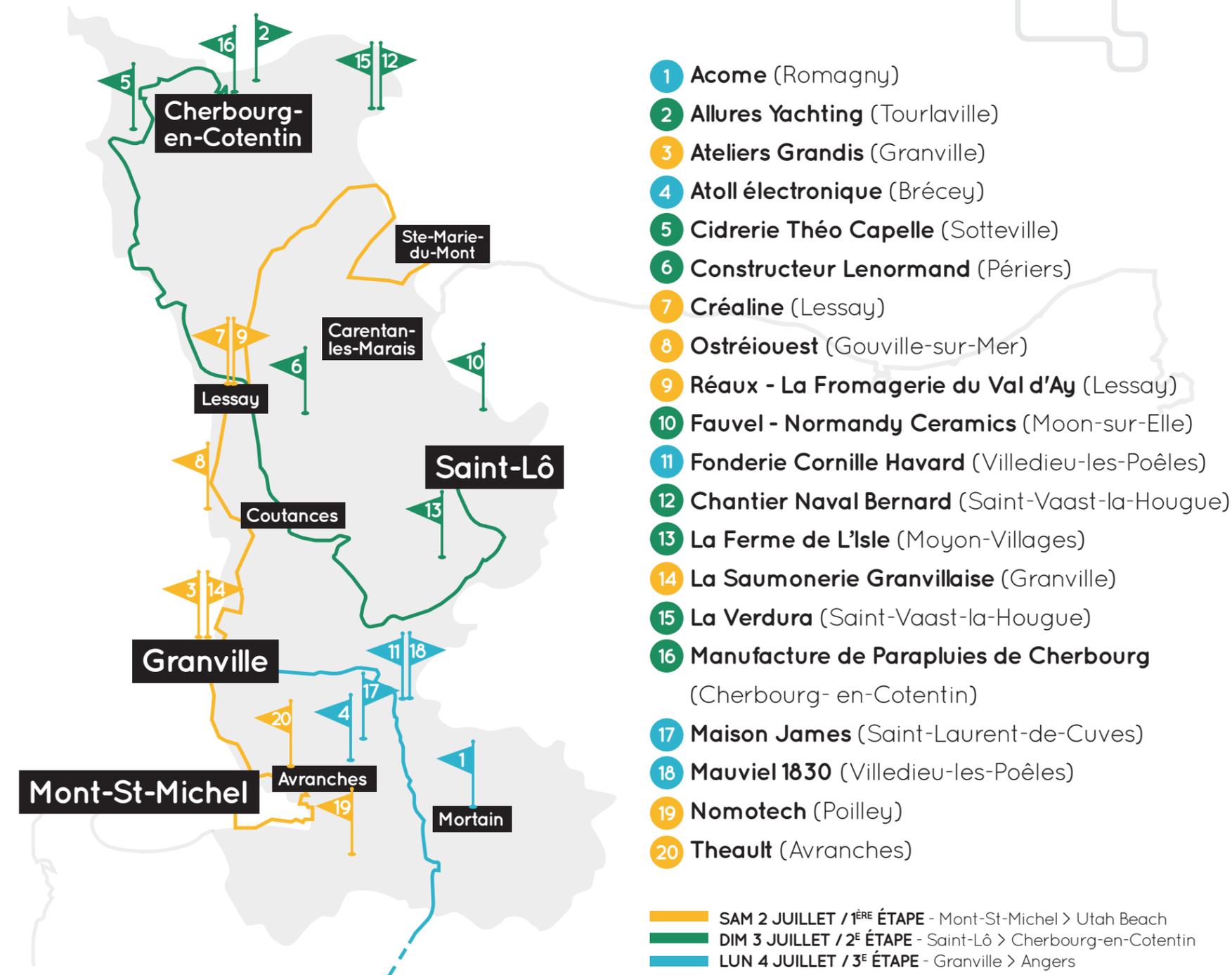
# ENTREPRISES DE LA MANCHE

Étape par étape...



© ASO B.Badé

Et si vous faisiez le dé-Tour ?



p. 6  
p. 8  
p. 10  
p. 12  
p. 14  
p. 16  
p. 18  
p. 20  
p. 22  
p. 24  
p. 26  
p. 28  
p. 30  
p. 32  
p. 34  
p. 36  
p. 38  
p. 40  
p. 42  
p. 44

## Quatre continents sur cinq

Présente en Europe, en Asie et en Amérique du Sud, ACOME a posé, en avril dernier, la première pierre d'un nouveau site industriel au Maroc pour accompagner ses clients et les constructeurs automobiles. Un site qui sera opérationnel à la fin de l'année.



### ACOME

Site industriel  
Les Aulnays - 50140 ROMAGNY  
Tél. 02 33 89 31 00

Siège social  
52, rue du Montparnasse - 75014 PARIS  
Tél.: 01 42 79 14 00

[www.acome.fr](http://www.acome.fr)

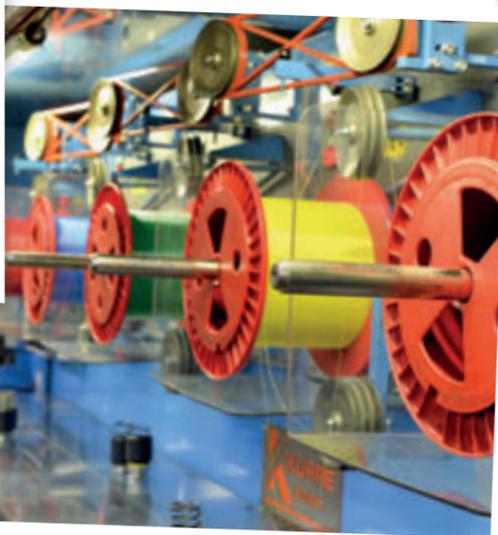
Romagny

## EN CHIFFRES

73,3 millions d'euros  
investis sur 2013-2016, dont 45% en France

428 millions de CA  
dont 60% à l'international

1 560 collaborateurs  
dont 1 100 en France



## La fibre coopérative !

**Première société industrielle française coopérative, la SCOP fondée il y a 85 ans, est leader sur le marché européen des réseaux télécoms et automobiles.**

En 1932, les dirigeants de la société Electro-Câble créent à Argenteuil l'Association coopérative d'ouvriers en matériel électrique (ACOME), aujourd'hui la plus ancienne SCOP de France. En 1941, la jeune société quitte Paris occupé pour la Normandie et s'installe dans une ancienne filature de coton. L'usine de Mortain deviendra le cœur de l'activité de la coopérative après que les bombardements alliés eurent détruit l'usine d'Argenteuil. Après la guerre, l'activité va bon train et ACOME devient un des principaux employeurs d'une région dont l'économie est encore essentiellement rurale.

Au fil des années, la petite société devient un groupe puissant et innovant, s'ouvre vers l'export, implante des bureaux commerciaux en Allemagne, en Italie, au Royaume Uni et en Russie, crée des sites de production en Chine et au Brésil... Partenaire de premier plan de l'industrie automobile, ACOME

est également présent avec des bases avancées en Roumanie, en Tunisie, au Maroc, au Paraguay et au Mexique. Elle se développe aussi par croissance externe, par exemple en rachetant en 2015 la PME bretonne Idea Optical, spécialiste français des matériels de raccordement aux réseaux à très haut débit.

Fabricant de câbles, de fibres optiques et de tubes de synthèse, ACOME est aujourd'hui leader sur le marché européen des réseaux télécoms et automobiles. Ses principaux marchés sont les télécommunications et infrastructures, l'automobile et les systèmes embarqués, et enfin le bâtiment. C'est cette maîtrise de compétences variées qui a permis à ACOME de traverser la crise des télécoms du début des années 2000. Elle se classe aujourd'hui sur tous les podiums : premier fabricant européen de câbles télécoms (cuivre), troisième producteur européen de fibres optiques, premier fabricant européen de fils et câbles automobile de haute technicité, premier fabricant français de tubes PEXc (confort

thermique)... Entreprise soucieuse d'une certaine éthique, ACOME, par son histoire et par son statut coopératif, est engagée vis-à-vis de ses salariés-associés. Elle l'est aussi pour l'environnement au sens large. Pour elle, les enjeux du développement durable se traduisent par un fort ancrage territorial, des relations de proximité avec les partenaires et fournisseurs, des technologies et des produits durables (éco-conception, réduction des consommations et des émissions de gaz à effet de serre).

**“ Nous nous appuyons sur deux forces : les femmes et les hommes d'Acome mais aussi notre capacité à investir dans l'avenir ”**

Société coopérative, ACOME constitue un cas un peu à part face aux grands opérateurs privés. En effet, de par son statut de SCOP, elle s'appuie avant tout sur un projet humain qui implique le salarié-associé dans le développement de l'entreprise. Une telle vision a-t-elle encore sa place dans un univers industriel mondialisé et fortement concurrentiel ? Jacques de Heere, PDG du groupe, en est persuadé : « Une SCOP est une entreprise qui a une vision, une stratégie, une politique de long terme.



Lorsque nous nous engageons dans une voie, c'est pour durer. » Et pour cela, Acome entend tenir son rang et sa position, condition indispensable à la préservation des emplois : « Nous nous appuyons sur deux forces. La première, ce sont les femmes et les hommes d'Acome, leurs compétences, le travail d'équipe et les valeurs de la SCOP. La deuxième, c'est notre capacité à investir pour l'avenir : nous investissons massivement, en particulier à Mortain, pour doter Acome d'un outil compétitif et moderne. » Ainsi, dans le secteur des télécoms, ACOME est prête à accompagner la forte croissance du déploiement de la fibre optique et la construction de réseaux très haut débit. « Dans ce domaine, la France est notre principal marché, mais nous réussissons de belles percées en Europe, notamment en Pologne et en Espagne ». Dans le secteur automobile, ACOME adapte sa production, sa supply chain (chaîne logistique) et son offre produits pour répondre aux enjeux d'allègement des véhicules.

## Petit bateau deviendra grand...

Avec la reprise en 2007 du chantier Outremer et en 2010 du chantier Garcia, le groupe Grand Large Yachting est devenu le premier pôle dédié aux voiliers de grand voyage en Europe.

2

Tourlaville



## ALLURES YACHTING

420, rue de la Pyrotechnie - 50110 TOURLAVILLE  
Tél. 02 33 43 22 20

[www.allures.fr](http://www.allures.fr)  
[www.grandlargeyachting.com](http://www.grandlargeyachting.com)

## EN CHIFFRES

6 sites

200 salariés

80% du chiffre d'affaires  
à l'export



# ALLURES YACHTING

## L'élégance en liberté

**Passionnés de voile, Stéphane Constance et Xavier Desmarest ont constitué - en moins de 15 ans - l'un des leaders européens de la navigation de plaisance.**

Pourquoi devient-on entrepreneur ? Parfois, tout simplement, parce que l'on est amené à créer soi-même quelque chose qui n'existe pas, ou parce qu'on n'est pas satisfait de ce qui existe. C'est ce qui est arrivé à Stéphane Constance et Xavier Desmarest. Issus de la même école d'ingénieurs, ces copains de promo, tous deux amateurs de voile, ont été recrutés dans le même cabinet de conseil en stratégie. On ne résiste pas longtemps à l'appel du large : Stéphane décide bientôt de s'accorder une année sabbatique pour un tour de l'Atlantique en famille. « *J'étais à la recherche d'un voilier de grande croisière, mais tout ce qu'on nous proposait était un peu daté, ou trop onéreux. Et régulièrement, nous rencontrons d'autres marins qui partageaient ce constat.* »

Ce que recherchait Stéphane ? « *D'abord, la sécurité en toutes circonstances, mais aussi la performance et le plaisir de barrer. La liberté, avec un accès à tous les mouillages, mais aussi le confort, la convivialité pour un voyage partagé en famille. L'élégance, enfin, extérieure et intérieure.* ». Aucun bateau ne répondant

à tous ces critères à la fois, Stéphane et Xavier se disent qu'il ne leur reste plus qu'à concevoir eux-mêmes le voilier de leurs rêves, dont ils ont une idée très précise : « *L'aluminium pour la sécurité, le dériveur intégral pour la liberté d'action, des superstructures composites pour la performance, le confort et l'élégance.* ». Ils pressentent que la demande est forte pour une nouvelle génération de voiliers

sûrs, performants et élégants : alors, pourquoi se contenter d'un exemplaire unique ? D'autres marins sont intéressés, ils le savent. C'est pour répondre à leurs attentes qu'ils créent en 2003 Allures Yachting. Ingénieurs, mais pas charpentiers de marine, amateurs de voile, mais pas designers de bateaux, Stéphane et Xavier rencontrent des marins, consultent des architectes, s'entourent de conseils pour affiner leur projet : « *Nous ne sommes compétents en rien, mais notre métier consiste précisément à réunir des compétences...* »

Le projet validé, il reste à trouver un « port d'attache » : « *Nous avons fait le tour de France et c'est Cherbourg qui a été le plus convaincant.* » Leurs

rencontres avec les responsables du chantier naval CMN (Constructions mécaniques de Normandie), notamment, ont été déterminantes : « *Ils ont su avoir un regard de développement économique.* » Ils trouvent aussi sur place des collectivités locales « *motivées et impliquées - y compris financièrement* » et qui accompagneront le projet de manière « *fidèle et loyale* ». Cherbourg présente

**“ Nous ne trouvions pas de voiliers de grande croisière à notre goût. Alors, nous avons décidé de les créer ”**

en outre cet avantage supplémentaire de disposer d'un port en eau profonde et surtout d'une vaste rade de 1500 ha qui permet de naviguer toute l'année et par tous les temps. Et Cherbourg est « *une ville merveilleuse pour sa qualité de vie.* » Le savoir-faire est là, la volonté politique aussi, les financements sont bouclés :

Stéphane et Xavier, qui ont déposé un brevet pour la partie structures en composite (polyester), une innovation dans la navigation de plaisance, peuvent se lancer ! Allures Yachting se développe rapidement, doublant quasiment de taille tous les ans pendant les six premières années. La PME cherbourgeoise « *tient bien la mer* », même par gros temps : elle traversera ainsi la crise de 2008-2009,

ALLURES  
YACHTING

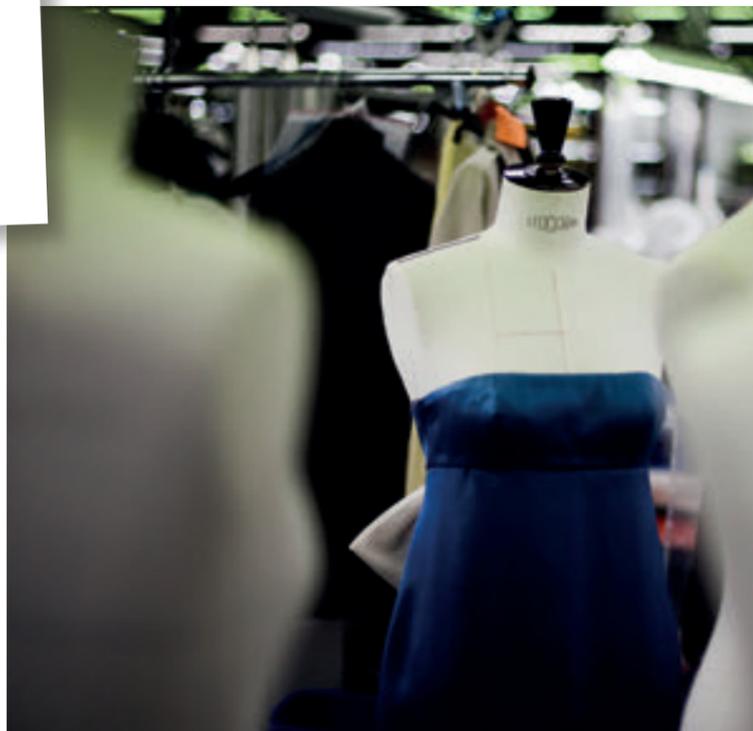


qui va sinistrer la moitié de l'industrie nautique, sans trop de difficultés : « *L'entreprise était jeune mais solide, avec un modèle économique bien défini, des outils de gestion performants.* » Fabricant à la demande, Allures Yachting a un beau carnet de commande mais aucun stock : exactement le contraire de ses concurrents... « *Nous avons même pu racheter des entreprises en difficulté, qui n'avaient pas encore fait leur mutation technologique.* »

Ces rachats successifs ont donné naissance au groupe Grand Large Yachting qui rassemble aujourd'hui, outre Allures Yachting, fabricant de dériveurs intégraux conçus pour le grand voyage (Tourlaville), Outremer Yachting, spécialiste du catamaran de croisière (La Grande Motte), Garcia Yachting, spécialiste de la construction custom aluminium (Condé-sur-Noireau), Alumarine Shipyard, constructeur de navires professionnels et de catamarans (Couëron). En mai dernier, Grand Large Yachting a repris Gunboat, constructeur américain de catamarans sportifs de grand luxe. Le groupe compte aussi Grand Large Services, une société dédiée au service après-vente, à la maintenance, à la réparation...

## Une devise

« Chez Grandis, la personne la plus importante, c'est le client ; la star de l'entreprise, c'est le produit ; et notre richesse, c'est le capital humain. »



## EN CHIFFRES

10 ateliers

700 collaborateurs

80 % de la production exportée



# LES ATELIERS GRANDIS

LESATELIERSGRANDIS

## La confection de luxe a de l'avenir

**Dans une filière fragilisée depuis des décennies, la PME granvillaise a su tirer son épingle du jeu et est devenue un groupe renommé pour la qualité de sa production.**

Daniel Juvin, actuel patron du groupe Grandis, était en 1993, ingénieur commercial chez un fournisseur de systèmes pour les entreprises de confection. Rien ne le destinait à se retrouver au tribunal de commerce, plaidant sa proposition de reprise de l'activité d'une PME granvillaise placée en redressement judiciaire, avec à la clé, une soixantaine d'employés. « Le contexte n'était pas particulièrement favorable, c'est le moins que l'on puisse dire. Les ateliers fermaient les uns après les autres. L'industrie de la confection avait été sacrifiée sur l'autel de la mondialisation. »

Mais la volonté est là : « J'étais convaincu que dans un pays comme la France, il y avait encore une place pour le vêtement de luxe féminin » Il y croit, il se lance : « Pour réussir dans une entreprise comme celle-là, il n'y a pas de recette. Rien n'est jamais définitivement acquis. C'est un mélange de chance, d'envie, de

rencontres... Tout ce que je sais, c'est que pour avoir une chance d'y arriver, il faut aimer les gens... et savoir s'entourer de personnes compétentes ! » Pari gagné : Grandis, c'est aujourd'hui 700 salariés répartis sur dix sites à Granville et ses

environs, et jusqu'en Vendée et dans le Berry. On y fabrique vestes, jupes, pantalons, chemisiers et robes... Chaque site fonctionne comme une petite PME, de manière autonome, tout en étant adossé au groupe. C'est cette organisation qui donne force et cohésion à ce dernier : cela permet

de mieux répartir la charge de travail en fonction de l'évolution des carnets de commande et de lisser les charges.

Si Grandis fabrique des vêtements féminins de luxe, « c'est parce qu'il y a une histoire entre la France et le luxe et cela ne sert à rien de se battre sur des segments pour lesquels nous ne serons

jamais compétitifs. Pour faire la différence, il faut de la qualité, de la réactivité et de l'agilité afin de s'adapter à l'effervescence de la mode en évolution permanente. » Daniel Juvin ne regrette pas une seconde ce pari un peu fou qu'il a fait il y a un

peu plus de vingt ans. L'entreprise a connu des hauts et des bas, a subi de plein fouet la crise de 2008-2009, mais n'a rien lâché. Et demain ? « Les bouleversements en cours et à venir avec la révolution numérique vont profondément modifier nos comportements. J'ai la naïveté de croire que les métiers manuels, malmenés

ces dernières décennies, retrouveront tout leur éclat dans les prochaines années car le bel ouvrage et la noblesse du beau geste sont porteurs de sens et de valeurs nécessaires à l'épanouissement des personnes dans leur métier ».

“ Pour faire la différence, il faut de la qualité, de la réactivité et de l'agilité afin de s'adapter à l'effervescence de la mode en évolution permanente. ”

## LES ATELIERS GRANDIS

ZAC du Croissant - 50 380 SAINT-PAIR-MER  
BP 49

Tél. 02 33 91 17 60

[www.grandis.fr](http://www.grandis.fr)



## Hommage !

Atoll Electronique est l'une des 25 marques citées dans "Les Maîtres Français du son haute définition", ouvrage consacré aux ingénieurs, artistes et entreprises qui, de Georges Cabasse à Jean-Michel Jarre, ont « inventé » le son haute définition français depuis les années 1950.



## EN CHIFFRES

2 millions  
de chiffre d'affaires

45% de la production  
exportée dans une trentaine de pays

600 m<sup>2</sup>  
d'extension en cours de construction



# ATOLL ÉLECTRONIQUE

## Des passionnés au service de la musicalité

**Créée en 1997 par deux frères, la petite PME de Brécey a su s'imposer parmi les grands de la haute-fidélité.**

Des cartons emplies de pièces détachées sont empilés dans le moindre recoin de l'atelier de montage : « Quand nous nous sommes installés dans ce bâtiment, en 2001, il nous paraissait immense ! Mais depuis, nous n'avons cessé de nous développer et de recruter... Nous attendons avec impatience l'achèvement de l'extension de 600 m<sup>2</sup> qui va doubler la surface de nos locaux. », explique Stéphane Dubreuil, le directeur général d'Atoll Electronique. Lui, ingénieur en électronique, et son frère Emmanuel, diplômé en gestion, ont mis, il y a presque vingt ans, leurs économies en commun pour créer une petite société de fabrication de matériel hi-fi à Brécey, un village d'à peine plus de 2 000 habitants. A l'époque, les banques sont frileuses, c'est le moins que l'on puisse dire... Il est vrai que le projet de ces deux enfants du pays est ambitieux : « Créer une marque d'appareils électroniques de haute fidélité à des prix accessibles, mais sans transiger sur la musicalité. »

Une première gamme d'amplificateurs (IN50 et IN80) est lancée et séduit les amateurs et la presse spécialisée : « Nos matériels ont été rapidement classés en tête des bancs d'essais et nous avons même obtenu un Diapason d'Or, l'une des plus prestigieuses distinctions dans le monde de la musique. »

Dès la deuxième année, le bouche à oreille fonctionne à plein dans le petit monde des mélomanes, les commandes affluent et l'activité décolle : « Nous sommes alors passés de dix appareils par mois à une centaine... » Les amplis Atoll ont d'autant plus la cote

qu'ils sont vendus à un prix accessible - autour de 400 € - un prix jugé très raisonnable par les amateurs, compte tenu de leur qualité. « Pour y parvenir, nous avons conçu ces produits de façon à ce que le montage soit très rapide. Pour des questions de coût, mais aussi de fiabilité, nous utilisons peu de composants différents. »

Stéphane et Emmanuel élargissent la gamme, qui s'enrichit de préamplis, de lecteurs CD, de tuner FM, toujours fabriqués dans un esprit artisanal, « fait main », avec une grande exigence de musicalité : « Chaque appareil est testé par des appareils de mesures physiques,

**“L'objectif : créer une marque d'appareils électroniques de haute fidélité à des prix accessibles, mais sans transiger sur la musicalité.”**

mais aussi « à l'oreille ». Ce double contrôle qualité est indispensable. » La fourchette de prix s'élargit également, avec des matériels qui peuvent atteindre 5000 euros : « Pour autant, nos clients ne sont pas tous fortunés. Ce sont surtout des passionnés de musique, capables de se priver d'autres achats, qu'ils jugent secondaires, pour acquérir ce qu'ils jugent être ce qui se fait de mieux... »

Année après année, la marque construit son succès et se développe : la PME de Brécey compte aujourd'hui une douzaine de salariés, du technicien à l'ingénieur :

« La plupart sont des passionnés de son, qui mettent au point et fabriquent ces produits comme si ils devaient en être eux-mêmes l'utilisateur final... » Atoll Electronique évolue dans un marché très mondialisé, avec des concurrents en Chine, au Japon, aux Etats-Unis et en Grande-Bretagne. Etant l'une des rares marques françaises du secteur, elle a bénéficié ici de la vogue du « fabriqué en France ». Mais le « made in France », ou « made in Europe », est aussi un argument de vente à l'étranger, où la hi-fi française a la cote... Distribuée depuis longtemps en Europe, la marque Atoll commence d'ailleurs à se faire une place en Amérique du Nord (Etats-Unis, Canada) et en Asie (Japon, Chine et Inde).

Stéphane et Emmanuel restent attentifs aux évolutions du marché : Atoll a accompagné l'apparition du home-cinéma avec ses propres produits audio-vidéo et a su prendre le virage de la dématérialisation de la musique : leur dernière gamme est « connectée », mais... sans rien sacrifier à la musicalité !



## ATOLL ELECTRONIQUE

Boulevard des Merisiers - 50370 Brécey  
Tél. 02 33 48 44 06  
mail@atoll-electronique.com  
www.atoll-electronique.com

4

Brécey

## Du verger à la scène...

Passionné de chant, Théo Capelle chante et enregistre des titres en langue normande qu'il interprète sur les scènes de la région.

## AOC... ENFIN !

L'année du Grand Départ est aussi celle d'un grand départ pour le cidre Cotentin qui vient de décrocher son Appellation d'Origine Contrôlée !



## CIDRERIE THÉO CAPELLE

1, Le Haut de la Lande - 50340 SOTTEVILLE  
Tél. 02 33 04 41 17

[www.theo-capelle.com](http://www.theo-capelle.com)

Ouvert au public toute l'année, tous les jours sauf le dimanche et les jours fériés.  
Visites guidées sur réservation : 2,50 € par personne, tarif groupe sur demande, gratuit pour les - de 15 ans.

## EN CHIFFRES

2 ânes du Cotentin  
gambadent à la ferme

18 000 visiteurs  
par an à la cidrerie

+ 25 références  
de produits cidricoles dont une gamme  
de 6 cidres différents



# CIDRERIE THÉO CAPELLE

## Le cidre fait le lien entre les générations

**De Théo, le grand-père, artisan inlassable de la reconnaissance du cidre Cotentin en appellation d'origine, à Théo, le petit-fils, qui prendra peut-être un jour la relève...**

Chez les Capelle, le cidre, c'est une histoire de famille, de transmission. Tout commence avec Théodore, dit « Théo », et sa femme Jacqueline, créateurs en 1980 à Sotteville, au cœur du Cotentin, de la cidrerie-distillerie qui porte leur nom et qu'ils n'auront de cesse, pendant plus de vingt ans, de développer. Engagés dans une production qu'ils veulent de qualité, les époux construisent année après année, la réputation de leur production, régulièrement récompensée dans les concours agricoles. Parallèlement, Théo, devenu président du syndicat des producteurs, va consacrer plus de dix ans à faire reconnaître officiellement le cidre Cotentin au niveau européen, et obtenir la reconnaissance AOP : Appellation d'Origine Protégée.

Attachés à la pérennité de leur entreprise, les fondateurs transmettent en douceur les rênes de l'exploitation à la génération suivante : leur fils Ludovic est bientôt rejoint par sa femme Laurence. Tous deux

reprennent en 2007 la gestion du verger de pommiers, avec une plantation de 10 ha en 10 ans, puis l'année suivante, de l'ensemble de l'entreprise. Ils investissent dans une chambre froide qui permet de mieux contrôler les fermentations. « C'est

*un cidre 100% pur jus, non pasteurisé, avec une prise de mousse naturelle, c'est-à-dire sans adjonction de gazéifiant. C'est une boisson conforme aux attentes des consommateurs, qui veulent des produits authentiques et aussi naturels que possible. », explique Ludovic. « Au goût, il a du caractère ! Corsé, avec un bon équilibre entre les saveurs amères et acides, il a toute sa place au cœur du repas, parfait compagnon des moules, du gigot de pré-salé et bien sûr du camembert de Normandie. »*

La cidrerie Théo Capelle a toujours été ouverte sur l'extérieur : « L'accueil du public compte beaucoup pour nous. Nous recevons 18.000 personnes par an,

*dont la moitié de juin à septembre. Cela demande beaucoup de disponibilité : nous sommes ouverts six jours sur sept ! » Des groupes de randonneurs, mais aussi des touristes dont le bateau fait escale au port de Cherbourg. « Nous sommes*

**“ Le cidre Cotentin a toute sa place au cœur du repas, parfait compagnon des moules, du gigot de pré-salé et du camembert de Normandie.”**

*aussi présents à la foire de Dunkerque, ce qui nous permet d'aller à la rencontre de nos clients du nord de la France et de Belgique, et au Festival des Terroirs de Haguenau, en Alsace. »*

C'est souvent lors de ces déplacements que Ludovic trouve le temps de mettre au point de nouvelles « recettes » : « Nous sommes très attachés

*à l'authenticité et au caractère traditionnel de notre production cidricole, calvados, cidre ou pommeau, mais cela n'exclut pas l'innovation, bien au contraire... » Il a par exemple lancé, l'année dernière, une nouvelle gamme, le Kapelwick : « Il s'agit de calvados de 3 et 5 ans d'âge, élevés en fûts neufs, aux notes fruitées et vanillées, commercialisés dans des bouteilles de*

*type whisky. Ils sont à découvrir en apéritif et peuvent être dégustés sec, en long drink ou en soft drink ». A découvrir également : la Blanche des Epivents, une eau-de-vie de pomme fruitée, à l'aise aussi bien sur de la glace pilée qu'en cocktail, voire en accompagnement d'un sorbet. Sans oublier des apéritifs étonnants à base de calvados et de cidre aromatisés : « Presqu'île » (orange et cassis), « Cotentinoix » (noix verte), « Bouquet de cerises » (griottes), ou « Floripom' » (lait caramélisé).*

En 2008, la famille s'est agrandie. Avant même de faire la connaissance de Ludovic, Laurence avait toujours souhaité, si elle avait un fils, lui donner le prénom de... Théo ! Et voilà comment un nouveau Théo Capelle fait son apparition... Théo, le grand-père, a pris sa retraite. Toujours présent à la cidrerie, il consacre désormais l'essentiel de son temps au jardinage, à ses deux ânes du Cotentin, Jasmine et Ficelle, au chant, et à son petit-fils. Il paraît que le jeune garçon manifeste déjà beaucoup d'intérêt pour la vie de la cidrerie. D'un Théo à l'autre, la relève semble assurée !



## On pousse les murs !

La maison Lenormand ne cesse de s'agrandir : un nouveau bâtiment de 1500m<sup>2</sup>, dédié à la fabrication des bétailières et des remorques-plateaux, est actuellement en cours de construction.

5

Périers



## CONSTRUCTEUR LENORMAND

68, route de Saint-Lô - 50190 PERIERS  
Tél. 02 33 76 58 00

[www.lenormand-constructeur.com](http://www.lenormand-constructeur.com)

## EN CHIFFRES

4<sup>e</sup> génération  
de Lenormand

8 millions  
de chiffre d'affaires

49 salariés



# CONSTRUCTEUR LENORMAND



## Quatre générations de métalliers

**Le petit atelier de maréchal ferrant, devenu PME d'une cinquantaine de salariés, a contribué à la mise au point d'un guidon de vélo spécial pour les personnes à mobilité réduite.**

Les origines de la société remontent à 1888, quand un monsieur Lenormand, maréchal ferrant de son état, ouvre son atelier à Périers, un gros bourg rural du pays de Coutances. L'affaire sera reprise en 1923 par son fils, lequel la cédera à son propre fils en 1953. C'est en 1987, l'heure de la retraite venue, que la génération suivante prend les rênes, avec Hubert et Didier Lenormand, quatrièmes du nom. Admiratifs du travail accompli par leur père, qui a su développer l'affaire familiale, les deux frères sont bien décidés à faire de même. Ils ont une idée en tête : « *Nous pensions que l'avenir, c'était d'élargir le secteur d'activité de l'entreprise et de se démarquer en proposant une large gamme de produits et de services* ».

La période est propice : en ce début des années 1990, le secteur agricole connaît une croissance relativement soutenue, avec des commandes importantes de matériel. Hubert et Didier recrutent du personnel, agrandissent le site de production avec un nouveau bâtiment

mieux équipé, ouvrent un bureau d'études, embauchent un dessinateur et des commerciaux... Une démarche alors peu répandue : la mécanique agricole et la maintenance de matériel, à cette époque, est un secteur qui compte de nombreuses petites entreprises artisanales, individuelles ou familiales pour la plupart, solidement implantées sur un territoire peu étendu, et rares sont celles, comme les Constructions Lenormand, qui ont des ambitions plus larges.

En 1997, devant la croissance de l'activité, il faut à nouveau pousser les murs : l'atelier est agrandi de 1 500 m<sup>2</sup> dédiés à la fabrication et à la maintenance des matériels lourds (bétailières, plateaux fourragers...). L'année suivante, la maison Lenormand innove en ouvrant un magasin agricole en libre-service. Dans les années 2000, le secteur de la métallerie devient de plus en plus concurrentiel. Dès 2002, l'entreprise franchit encore une nouvelle étape avec l'acquisition de machines de découpe et de pliage à

commande numérique, plus rapides et plus précises, puis en 2004, celle d'un robot d'assemblage pour la soudure. Fidèle à leur volonté initiale d'élargir la gamme des services, Hubert et Didier Lenormand lancent l'année suivante une

**“ Notre guidon HCP transforme un VTT en vélo ‘pousseur’, permettant ainsi à des personnes handicapées de participer à des balades à vélo.”**

nouvelle activité de fabrication de portails et clôtures sur mesure. En vingt ans, leur société est passée de 6 à 49 employés et la superficie des locaux a triplé ! Quand au territoire, il ne cesse de s'étendre : « *La Normandie reste notre premier client, bien sûr, mais nous commercialisons aussi dans toute la France ... Et pour répondre à la demande, nous participons même à des foires !* »

Depuis, ils n'ont cessé d'investir dans de nouveaux matériels plus performants (avec notamment, en 2012, un centre d'usinage laser tubes automatisé), d'améliorer leurs services ou d'en proposer de nouveaux...

C'est à cette époque qu'ils reçoivent la visite d'Henri-Claude Poisson. Ce dernier, un bricoleur de génie, a conçu un guidon spécial, adaptable sur un VTT ou VTC, qui transforme celui-ci en « vélo pousseur », permettant ainsi à une personne handicapée en fauteuil roulant de participer à des balades à vélo, le pédalage étant assuré par une personne valide. « *Henri-Claude Poisson est venu nous voir pour nous demander de réaliser un prototype de cette invention, brevetée sous le nom de « Guidon HCP ». Nous avons travaillé avec lui avec l'objectif de créer quelque chose de simple et peu onéreux, pour que cela reste accessible au plus grand nombre.* » La condition était que le fauteuil roulant n'ait besoin d'aucune modification particulière, que le couplage vélo-fauteuil soit simple et rapide, et que l'adaptation du vélo (changement de la fourche avant) soit réversible. « *Au fil des années, nous n'avons cessé d'améliorer ce prototype. Nous en avons fabriqué environ 250 exemplaires. Ce n'est pas un équipement de compétition, évidemment, mais il permet d'offrir de belles escapades à des personnes à mobilité réduite, qui en sont habituellement privées...* »

## Mon potager dans la cuisine !

En octobre dernier, Créaline s'est dotée d'un nouveau logo, destiné à mieux traduire la qualité de ses recettes, a revu son packaging dans le même esprit, et a adopté un nouveau slogan : « *Créaline, mon potager dans la cuisine* ». Un univers autour du légume à découvrir aussi sur son nouveau site internet [crealine.fr](http://crealine.fr).

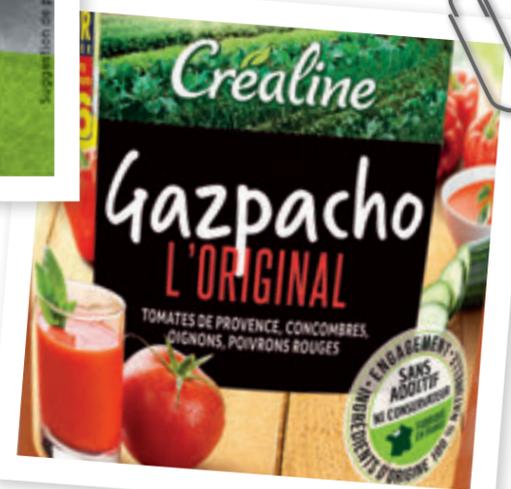


## EN CHIFFRES

4 500 tonnes  
de légumes par an

90 salariés

35 références



## CREALINE

Espace d'activités Fernand Finel - 50 430 LESSAY  
Tél. 02 33 45 91 91

[www.crealine.fr](http://www.crealine.fr)

# CREALINE

## En purées ou soupes, la passion du légume

**Implantée dans un terroir de maraîchage réputé, la société Créaline est reconnue comme une référence.**

Née en 1992, Créaline s'est d'emblée spécialisée dans la production de purées de légumes, puis de soupes. Quoi de plus naturel ? La PME de Lessay n'est-elle pas, depuis un quart de siècle, au cœur même d'un bassin maraîcher connu et reconnu pour la qualité de ses légumes ? La marque Créaline s'est construite sur une « *recette* » imparable : des soupes et des purées à base de pommes de terre, carottes, courgettes et autres ingrédients d'origine 100% naturelle. Pour en préserver les qualités gustatives, les préparations sont évidemment sans additifs, ni conservateurs, ni colorants. Rien que le bon goût des légumes !

Créaline se lance avec une gamme de purées au rayon frais puis, en 1996, propose ses premières soupes de légumes. Son expertise et son savoir-faire ne tardent pas à être reconnus : la marque est d'ailleurs la seule en France sur le marché des purées fraîches. En 2008, la PME choisit de s'associer à Agrial, l'un des premiers groupes coopératifs

agricoles et agroalimentaires français. À l'étroit dans son atelier de Quettreville-sur-Sienne, elle s'installe l'année suivante dans une nouvelle usine, à Lessay, ce qui lui permet de doubler sa production tout en maîtrisant ses coûts.

Le rapprochement avec la coopérative normande Agrial a ouvert de nouveaux horizons à la marque, notamment en lui permettant de renforcer sa proximité avec les producteurs locaux. Au fil des années, Créaline a su se diversifier, proposant tour à tour des recettes ensoleillées comme la purée provençale ou des purées de potiron ou de céleri. Les soupes ne sont pas en reste : outre le velouté de légumes du potager, Créaline innove avec des saveurs inédites comme une « *soupe aux légumes oubliés* » ou « *la soupe aux deux céleris* ». Avec toujours cette volonté de « *coller* » à la saisonnalité du légume, aussi bien du

côté des purées que des veloutés : le temps venu, la gamme de soupes d'hiver (octobre à avril) cède ainsi la place à des gazpachos d'été. La marque compte une dizaine de références de soupes, une quinzaine de purées, disponibles non pas

au rayon traditionnel des conserves mais au rayon frais fruits et légumes.

Au début des années 2000, la marque était surtout présente en région parisienne. Pour élargir son territoire, elle décide de revenir en tv avec un nouveau film publicitaire et de renforcer sa présence dans les hypermarchés et supermarchés : elle

est aujourd'hui distribuée sur la quasi totalité du territoire français et même sur ses terres, en Normandie. Une première étape, car Créaline a de l'appétit et vise le marché international...



## Son nom est Krystale...

Krystale avec un 'K' comme K'Dual... Cédric souhaitait donner à son huître star un nom qui rappelle celui de la famille mais qui évoque aussi les qualités de la belle, nacrée et gourmande, précieuse, généreuse, légère, raffinée et festive.



### K'DUAL OSTREIOUEST

58, rue de la Mer - 50560 GOUVILLE-SUR-MER  
Tél. 02 33 47 86 28

[www.krystale-and-ko.fr](http://www.krystale-and-ko.fr)

Vente sur place, du lundi au vendredi, de 08h à 12h.  
Visites possibles sur demande.

## EN CHIFFRES

9 salariés

25 000 paniers  
en mer

100 tonnes  
d'huîtres Krystale par an

50% des huîtres Krystale  
destinées à l'export



# OSTREIOUEST

## Ces huîtres que l'on berce ... pour le plus grand plaisir des gastronomes !

**Les K'Dual vivent de la mer et plus précisément des coquillages, depuis quatre générations. « La cinquième nous rejoint en septembre prochain » précise Cédric K'Dual qui, avec sa sœur et ses deux cousins, a pris la suite de leurs parents respectifs et créé l'entreprise Ostréioouest en 2007.**

Si les K'Dual produisent huîtres et moules depuis 1960, la pratique a notablement changé avec la nouvelle équipe ... et Internet.

Cédric en effet, qui venait de l'univers de la pêche, a observé d'un œil très critique les techniques traditionnelles : des huîtres qui grandissent en pleine mer, dans des poches posées sur des « tables »... Des poches que l'on doit retourner et secouer très régulièrement afin que les huîtres ne s'accrochent pas les unes aux autres ... Des poches que l'ostréiculteur va à maintes reprises, déplacer sur l'estran, sur des zones qui émergeront plus ou moins, afin que les huîtres prennent en chair ou en coquille ... Mais ces poches sont vraiment très lourdes (15 kg) et les dos des ostréiculteurs mis à rude épreuve.

Comment améliorer la production et les conditions de travail des ostréiculteurs ? C'est Internet qui apportera une partie de la réponse avec des informations sur une méthode australienne. Suit bientôt un voyage sur ce lointain continent.

Ainsi est née l'huître Krystale, produite à Gouville-sur-mer dans des « paniers » accrochés sous les « tables ».

Des paniers toujours en mouvement car continuellement bercés par la mer, les courants et les vagues... de façon parfois virile lors des tempêtes... Un panier « garni » c'est 5 kg d'huîtres. Il va être « dédoublé » deux à trois fois par an et à nouveau, comme dans la pratique usuelle, déplacé régulièrement en bas et en haut de l'estran. « En fait, cette huître est une excellente élève... une tête de classe : elle fait tout mieux que sa cousine

**“ L'huître Krystale est une excellente élève... une tête de classe : elle fait tout mieux que sa cousine classique. ”**

100 tonnes d'huîtres c'est à dire 30% de la production de l'entreprise. Chine, Italie, Espagne, Suisse, Dubaï, Hong Kong ... « Un produit destiné à l'export est obligatoirement super haut de gamme avec une conservation impeccable » : des exigences qui

« classique » : en pleine mer et dans des contenants de petits volumes comme sont les paniers, l'huître grandit et grossit plus vite ... Lorsqu'on la remonte sur des parcs plus régulièrement découverts, pour survivre à une exondation plus longue, elle s'adapte : elle se muscle et produit une coquille particulièrement solide. Elle

peut donc garder son eau même si elle est longtemps à découvert. »

Côté dégustation : une merveille ! Subtilement sucrée, elle est à la fois douce et iodée, avec une très belle texture ferme et croquante.

25.000 paniers sont aujourd'hui en mer qui permettent la production de 100 tonnes d'huîtres c'est à dire 30% de la production de l'entreprise.

Chine, Italie, Espagne, Suisse, Dubaï, Hong Kong ... « Un produit destiné à l'export est obligatoirement super haut de gamme avec une conservation impeccable » : des exigences qui

correspondent parfaitement aux canons de la Krystale, dont la coquille bien solide, garantit une belle fraîcheur du produit - même après un grand voyage - et dont la chair et la longueur en bouche régaleront les amateurs.

50% des huîtres Krystale sont commercialisées à l'export... Mais ce n'est qu'un début : après huit années d'exploitation, les cousins K'Dual se sentent encore au début du projet.

## Ne pas confondre !

Il y a camembert et Camembert... Le seul, le vrai, l'authentique, tel le Réaux, est fabriqué dans sa région d'origine, au lait cru, et bénéficie d'une Appellation d'Origine Protégée « Camembert de Normandie ».



## EN CHIFFRES

3,5 millions  
de Camemberts par an

500 tonnes  
de beurre par an

1 000 tonnes  
de fromage blanc par an



## RÉAUX LA FROMAGERIE DU VAL D'AY

1, rue des Planquettes - 50 430 LESSAY  
Tél. 02 33 46 41 33  
reo@orange.fr

[www.reaux.fr](http://www.reaux.fr)

Visite pour les groupes du 01/09 au 30/06 du lundi au vendredi (sauf fériés) à 9h, 10h et 11h.  
Visite pour les individuels du 1er/07 au 31/08 du lundi au vendredi (sauf fériés) à 9h, 10h, 11h, 12h et 13h.  
Magasin ouvert jusqu'à 15 h les jours de visite.

# RÉAUX – LA FROMAGERIE DU VAL D'AY

# RÉO

## Un camembert fidèle à ses origines

**La Fromagerie Réaux produit fromages, beurre et crème dans le respect du savoir-faire traditionnel et collectionne les médailles d'or dans les concours**

En 1931, Théodore Réaux, fromager de son état, fonde la Laiterie-Fromagerie du Val d'Ay, dans le village de Lessay. Dès l'origine, la laiterie excelle dans la fabrication du camembert au lait cru, moulé manuellement à la louche. À l'époque, la vingtaine d'employés produit quotidiennement environ 1 200 fromages. Ils sont aujourd'hui 85 et la production atteint 3,5 millions de camemberts à l'année ! Si les chiffres ont été décuplés, l'exigence de qualité est restée la même : « *La pérennité et la réussite de Réaux tiennent à ce respect des gestes traditionnels, à cette fidélité à des techniques qui permettent d'exprimer le meilleur du terroir.* », souligne Bertrand Gillot, dirigeant de la société.

Respectueuse des savoir-faire ancestraux, la Fromagerie Réaux n'en est pas moins à la pointe de la modernité : « *Toute notre production est élaborée à partir de lait cru, ce qui représente un défi de chaque jour*

*sur le plan des normes sanitaires. Or, le lait cru, c'est « un métier dans le métier », ça demande un suivi très poussé, des contrôles extrêmement rigoureux et donc une relation forte avec les éleveurs en amont.* » Tous situés dans un rayon de 15 à 18 kilomètres autour de Lessay, les 55 producteurs qui livrent chaque jour le lait nécessaire, ne sont donc pas de simples fournisseurs, mais bien des partenaires de la fromagerie.

Cette technicité très poussée n'exclut pas pour autant la main de l'homme : « *Certes, nous sommes des techniciens, mais pas des esclaves de la techniques. Il subsiste dans ce métier une certaine forme d'empirisme...* » Le lait cru est en effet une matière vivante dont les caractéristiques peuvent connaître d'importantes et surprenantes variations d'une saison à l'autre, et même d'une journée à l'autre. Une météo pluvieuse,

ou venteuse, une nuit inhabituellement fraîche : tout cela peut avoir une incidence sur l'acidité du lait et, donc, influencer sur sa « *fromageabilité* ». C'est dans la manière de jouer de ces variations que le travail manuel prend toute son importance : « *L'œil et le geste exercés permettent d'adapter avec beaucoup de finesse le*

**“Toute notre production est élaborée à partir de lait cru, ce qui représente un défi de chaque jour sur le plan des normes sanitaires.”**

*processus en fonction des caractéristiques du lait, ce qui est impossible à réaliser dans un processus industriel standardisé, qui n'est adapté qu'au traitement des laits pasteurisés.* »

Depuis des décennies, la Fromagerie Réaux porte haut l'étendard du camembert AOP de Normandie : elle a depuis 1992 récolté pas moins de neuf médailles d'or dans cette catégorie au Concours général agricole de Paris ! Elle produit également de la crème fraîche épaisse, du beurre de baratte et du fromage frais, toujours dans ce

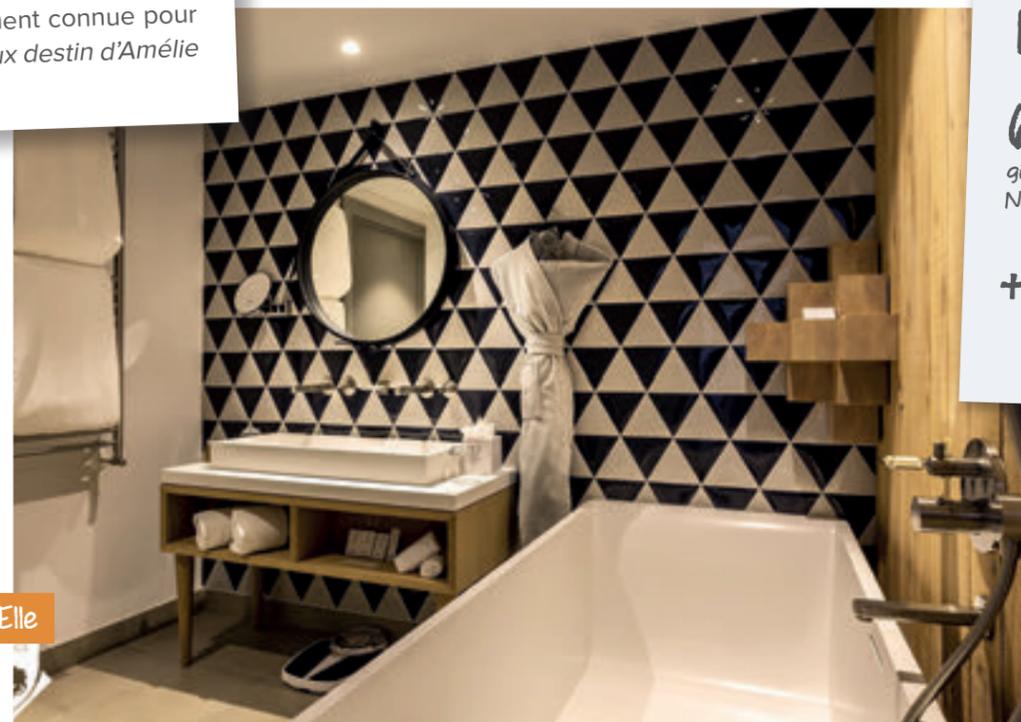
même esprit de fidélité à une identité, à une « *personnalité* », comme l'appelle Bertrand Gillot. C'est cette personnalité à nulle autre pareille que 12 000 visiteurs viennent découvrir et savourer chaque année à Lessay.

## Le Fabuleux destin de Fauvel...

Fauvel a été retenu pour refaire à l'identique les carreaux d'époque (1920) de la Piscine des Amiraux, rue Herman-Lachapelle, à Paris, classée aux Monuments historiques et notamment connue pour apparaître dans le film « *Le Fabuleux destin d'Amélie Poulain* ».

10

Moon-sur-Elle



## EN CHIFFRES

12 employés

60% du CA  
général par la marque  
Normandy Ceramics

+ 3 500 références



## FAUVEL - NORMANDY CERAMICS

3, La Croix-sous-l'Ange - 50600 MOON-SUR-ELLE  
Tél. 02 33 56 83 31

[www.fauvel.fr](http://www.fauvel.fr)  
[www.normandy-ceramics.com](http://www.normandy-ceramics.com)

# FAUVEL - NORMANDY CERAMICS



## Le grand art de la terre cuite

**Fabricant traditionnel de carreaux en terre cuite, la petite PME de Moon-sur-Elle a su développer avec des designers une gamme contemporaine de céramiques.**

L'histoire d'une entreprise se joue parfois sur un coup de dés, un coup de cœur ou un coup de tête... Ainsi, en 1957, quand Jean et Gilberte Fauvel reprennent une entreprise de poterie à Moon-sur-Elle, ils réorientent la production de tuiles faïtières, d'animaux vernissés et de pots de fleur, élaborés à partir de la terre extraite de la carrière attenante à l'atelier, vers un nouveau marché, celui du carrelage. Coup de dés qui se révélera judicieux car, rapidement, le savoir-faire de la maison Fauvel lui vaudra d'être associée, via les Monuments de France, à la restauration des sols en terre cuite de grands édifices, de l'abbaye du Mont Saint-Michel au Grand Trianon, de l'abbaye de Royaumont à Chambord.

Au fil des années, alors que la pression de la concurrence française et italienne se fait de plus en plus sentir, l'entreprise, devenue un acteur du patrimoine local et national, continue de se développer. Les

carreaux de sols traditionnels, moulés et fabriqués dans le petit atelier de Moon-sur-Elle, séduisent les particuliers et sont distribués partout en France. La clientèle de Fauvel est faite de connaisseurs et d'amateurs qui investissent dans des logements qu'ils vont habiter eux-mêmes et privilégient donc des matériaux et des réalisations de qualité.

Bertrand Foucher est rentré chez Fauvel en 1995 en qualité de technico-commercial et a eu un véritable coup de cœur pour cette entreprise, dont il prend la direction en 2010 : « *Fauvel est et reste une petite entreprise artisanale, capable de mener à bien un travail d'une incroyable complexité : alors que nos confrères ont simplifié leur production, nous sommes parmi les seuls en France, et peut-être même les derniers, à réaliser nous-mêmes le travail de la terre, l'émaillage et la cuisson.* » Fauvel est aussi un spécialiste du « *sur-mesure* » : « *Ceux qui viennent nous voir sont étonnés de découvrir le niveau*

*de service que nous sommes en mesure de leur apporter.* »

En 2008-2009, Fauvel prend de plein fouet la crise économique, ou du moins ses répercussions dans le secteur immobilier, la construction et la décoration. Chez les dépositaires, la chute

**“Nous sommes parmi les seuls en France, et peut-être même les derniers, à réaliser nous-mêmes le travail de la terre, l'émaillage et la cuisson.”**

des ventes est sévère et impose à Fauvel de repenser son modèle économique : « *La commercialisation de céramique est entre les mains d'une poignée de distributeurs. Nous avons donc fait le choix de nous retirer de ce circuit et de développer un réseau commercial alternatif : désormais, nous travaillons en direct avec des architectes, des designers et des particuliers.* » L'entreprise dispose également d'une « *vitrine* » sur Internet grâce à son site mis en ligne dès 1998. Continuant à produire sous son nom des carreaux de sol traditionnels et

des faïtières, Fauvel entreprend une diversification réussie. L'entreprise lance d'une part une fabrication de céramique en terre blanche sous le nom de Normandy Ceramics, activité qui représente aujourd'hui 60% de son chiffre d'affaires. Elle devient d'autre part éditeur de carrelages grâce à un partenariat avec des designers. Elle est également l'une des premières à fabriquer des carreaux en relief. La part des « *monuments historiques* » reste stable, c'est-à-dire relativement marginale en volume, mais toujours importante en termes de notoriété et d'image. On retrouve notamment la « *patte* » de la maison Fauvel sur des édifices parisiens prestigieux comme l'immeuble Art déco d'Auguste Perret, rue Franklin, avec sa façade en grès émaillé d'Alexandre Bigot, ou l'immeuble d'ateliers d'artistes, au 31 de la rue Campagne-Première, de l'architecte André Arvidson, et son revêtement de carrelages colorés en grès flammé (Bigot toujours...). Le savoir-faire de la maison Fauvel sait aussi s'exporter : on retrouve sa production à Londres, Bruxelles, New York...

## Quasimodo les aurait-il aimées ?

A l'occasion des 850 ans de la cathédrale Notre-Dame de Paris, neuf nouvelles cloches ont été commandées à la fonderie Cornille-Havard. Elles ont sonné pour la première fois le 23 mars 2013.



## EN CHIFFRES

150 ans d'existence

50 000 visiteurs payants en 2015

100 cloches monumentales coulées chaque année



# FONDERIE CORNILLE-HAVARD

## Sculpteurs de sons depuis 150 ans

**La vénérable vieille dame a su mettre en accord une tradition séculaire et les technologies les plus récentes.**

« Le son des cloches fait partie de notre univers sonore depuis des siècles. C'est une partie de notre patrimoine », constate Paul Bergamo, de la fonderie Cornille Havard. L'entreprise qu'il dirige est effectivement l'héritière d'une lointaine tradition de fondeurs de cloches. Au Moyen-Âge, les fondeurs étaient itinérants, allant au gré des commandes d'une église à une cathédrale et ce n'est qu'en 1865 qu'Adolphe Havard, ingénieur polytechnicien, fait édifier l'atelier actuel et sédentarise l'activité à Villedieu-les-Poêles. Dès 1874, les cloches Havard sont réputées et exportées partout dans le monde. En 1903 Adolphe s'associe à son gendre Léon Cornille : la fonderie Cornille-Havard était née.

Interrompue en 1944, l'activité est relancée dès 1946 par Marguerite, la fille de Léon Cornille, qui ne cédera la fonderie qu'en 1981 à Françoise et Luigi Bergamo. « Mes parents sont arrivés à Villedieu un peu par hasard et y sont

restés car ils avaient le professionnalisme et les compétences requises pour remettre à niveau cette entreprise un peu vieillissante, dont l'activité multiséculaire les passionnait. » Luigi, ingénieur de l'école Centrale, assure la direction technique, mettant au point les premières modélisations de tracés assistées par ordinateur et le contrôle acoustique sur analyseur de spectre électronique. Françoise prend en main la partie commerciale, développe l'activité touristique avec l'ouverture au public de l'atelier.

En 2001, Paul Bergamo, de formation commerciale, rejoint ses parents et contribue à développer l'activité. Mais peut-être serait-il plus juste de parler d'activités au pluriel ? « C'est vrai, nous avons plusieurs métiers ». Fondateur de cloches et de carillons, producteur de bronzes d'art et de décoration, Cornille-Havard est aussi campaniste, c'est-à-dire que nous concevons, réalisons, installons

entretenons et restaurons les mécanismes des cloches et des horloges d'édifices, religieux ou non. La fonderie est enfin un acteur touristique de premier plan, qui accueille chaque année plus de 50 000 visiteurs dans son atelier de fabrication.

**“ Les moules sont, aujourd'hui comme il y a des siècles, fabriqués au trousseau, à l'aide d'argile et de crottin de cheval. ”**

Et la visite vaut le détour... Les méthodes de fabrication des cloches, sont restées pour l'essentiel traditionnelles : les moules sont, aujourd'hui comme il y a des siècles, fabriqués « au trousseau » à l'aide d'argile et de crottin de cheval. Mais la recherche de la perfection musicale vaut bien de faire appel à des technologies qui ne

doivent pas grand chose aux compagnons de l'époque médiévale : les profils de cloches sont calculés par ordinateur, les gabarits découpés au laser, et le contrôle de sonorité effectué grâce à un analyseur de spectre électronique. Innover n'est pas une fin en soi : « Nous ne le faisons que là où nous estimons que c'est pertinent.

Mais comme nous sommes positionné sur le haut de gamme, nous devons sans cesse chercher à nous améliorer ». C'est ainsi que depuis 2003, Cornille-Havard est l'une des deux seules fonderies au monde à couler les cloches à l'envers. Cette technique, par un remplissage plus doux et plus lent, a permis d'optimiser considérablement la qualité de fonderie, pour une esthétique améliorée et surtout une bien meilleure sonorité.

Les technologies les plus modernes peuvent être aussi mises au service d'un lointain passé : « Nous avons numérisé la plus vieille cloche de France, conservée au musée de Bayeux. A partir de cette cloche fondue en 1202, aujourd'hui fêlée, nous avons pu recréer trois cloches neuves »... Et ainsi, faire renaître une sonorité venue du fonds du Moyen-Âge, il y a mille ans...



11

Villedieu-les-Poêles

## FONDERIE CORNILLE-HAVARD

10, rue du Pont-Chignon - 50 800 VILLEDIEU-LES-POÊLES  
Tél. : 02 33 61 00 56

[www.cornille-havard.fr](http://www.cornille-havard.fr)

Ouvert au public : visites payantes : 7,50€ par adulte, 6,50€ pour les 6-12 ans, gratuit pour les – de 6 ans, tarifs réduits pour groupes et scolaires)

## Monuments historiques flottants

Ce n'est qu'en 1982 que le Ministère de la culture a reconnu le caractère patrimonial des navires. Les deux premiers à être classés étaient un ancien bateau école, le trois mâts carré Duchesse-Anne (1901) et un bateau de charge, le Mad-Atao (1938).

12

Saint-Vaast-La-Hougue



### CHANTIER NAVAL BERNARD

4, place du Maréchal-Leclerc - 50550 Saint-Vaast-la-Hougue  
Tél. : 02 33 54 43 47

[www.chantier-naval-bernard.com](http://www.chantier-naval-bernard.com)

### EN CHIFFRES

1,2 millions  
de chiffre d'affaires

20 salariés



# CHANTIER NAVAL BERNARD

## Redonner vie aux bateaux bois

**Créé en 1972, le chantier de Saint-Vaast-la-Hougue est spécialisé dans la restauration navale. A son actif, rien moins que le Fleur de Lampaul, le Marité et l'Hermione...**

Au milieu du 19<sup>e</sup> siècle, Saint-Vaast-la-Hougue comptait une vingtaine de chantiers de réparation et de construction navales, d'où sortaient bisquines, chalutiers et terre-neuviers... Le chantier naval Bernard, quant à lui, date de 1972, année où Gérard Bernard reprend les chantiers Fouaces et Guérand. Gérard Bernard dessine lui-même les embarcations qu'il fabrique : ici, jusqu'en 1991, seront construits plus de 15 bateaux en bois, essentiellement destinés à la pêche, parmi lesquels l'Artémise, le Majesty ou le Louis-Pauline. Puis, l'activité « pêche » étant en recul, l'heure n'est plus vraiment à la construction : le chantier Bernard assure alors la maintenance et la restauration d'une flottille vieillissante. Les collectivités ont investi dans un nouveau bâtiment en 1978 et dans une cale de carénage en 2000 pour pérenniser localement l'activité de Saint-Vaast-la-Hougue. L'année suivante, le chantier investit dans un deuxième

charriot de levage pour les opérations de maintenance.

Gilles Auger s'en souvient comme si c'était hier : « Je suis arrivé ici en février 2001. Passionné de charpente navale, j'étais déjà client du chantier, ce qui a créé un lien avec Gérard Bernard... »

La suite ?

« Je suis tombé amoureux de ce coin de Normandie, et surtout de ce chantier. Gérard Bernard voulait passer la main, alors je me suis lancé... »

Ancien du Centre spatial de Kourou, en Guyane, Gilles Auger est surtout issu d'une famille de charpentier-ébénistes : « J'ai été élevé dans les copeaux ». Son grand regret est de n'avoir guère eu le temps de partager cette passion pour les bateaux bois avec son père, décédé en 2006. Désormais aux commandes du chantier, il accueille bateaux de pêche et voiliers venus pour toutes sortes de travaux d'entretien et de

restauration. « Jusqu'en 2004, le chantier a surtout travaillé pour la pêche, qui représentait 90% de notre activité. Depuis la proportion s'est inversée au profit de la plaisance. »

De 2004 à 2006, le chantier s'attaque au Fleur de Lampaul, un dundée breton de transport de marchandises de 1947 racheté en 2002 par la Fondation Nicolas Hulot : « C'était la première fois qu'un bateau de cette taille, une vingtaine de mètres, était ainsi quasiment reconstruit. » Le Fleur de Lampaul est classé au titre des monuments historiques depuis 1987. Racheté en 2010 par Gilles Auger, il poursuit sa carrière, non plus en transportant des marchandises ou des matières premières, mais des touristes au départ de Saint-Vaast.

Fort de l'expérience acquise, le chantier accueille de 2007 à 2011 le Marité, un

**“ La charpente, la forge, l'ébénisterie, la chaudronnerie, le tournage, le fraisage... nous faisons tout, sauf les voiles, l'électricité et la mécanique moteur. ”**

trois-mâts goélette construit en 1921 à Fécamp. Dernier terre-neuvier français en état de naviguer, il a pratiqué la pêche traditionnelle à la morue sur les bans de Terre-Neuve dans les années 1920, avant de connaître bien des vicissitudes, échappant de justesse à la destruction. Racheté par un groupement de collectivités locales, dont le département de la Manche, il est confié au chantier naval Bernard. « Sur le Marité, nous avons fait toute la charpente, l'ébénisterie, la chaudronnerie, la forge, le tournage, le fraisage... ici, nous faisons tout, sauf les voiles, l'électricité et la mécanique moteur... » On retrouvera peu de temps après la démonstration de ce savoir-faire avec l'Hermione, dont le chantier Bernard réalise le bordage et le calfatage. « Il existe de nombreux petits chantiers navals, en Bretagne par exemple, avec seulement deux ou trois compagnons charpentier de marine, mais il n'y en a que deux ou trois en France qui sont capables de réparer de grosses unités comme l'Hermione ou le Marité. Nous en faisons partie ». Suivront La Savoie, une barque de 30 mètres du lac Léman ou le André-Yvette, une gabare de la mer d'Iroise « et bien d'autres jolis yachts et voiliers de plaisance... »



## Des ciseaux... à la ferme

Avant de rejoindre ses parents à la ferme en 2013, Anne-Sophie a travaillé une dizaine d'années en tant que coiffeuse ! Elle a désormais troqué ses ciseaux contre le poste de commercial au sein de l'entreprise familiale.



13

Moyon Villages

## LA FERME DE L'ISLE

5261 route de l'Isle - 50860 Moyon Villages  
Tél. 02 33 50 30 91

[www.confituredelait.eu](http://www.confituredelait.eu)

## EN CHIFFRES

± 900 000 litres  
de lait produit chaque année

100% de valorisation

+ 15 produits  
réalisés et vendus à la ferme

10 personnes  
dans l'équipe

12 médailles  
au Concours Général Agricole en 4 ans



# LA FERME DE L'ISLE

## Les experts des produits laitiers

**Terroir, qualité et famille, tels sont les maîtres mots de la Ferme de l'Isle auxquels s'ajoutent... Les produits laitiers !**

Contrairement à bien des exploitations qui ont fait le choix de la transformation pour écouler leur matière première, ici, la taille du troupeau s'adapte à la production. En 1981, Véronique et Dominique Simon créent leur entreprise avec pour objectif de produire des produits laitiers de qualité à partir du lait de leur exploitation, en maîtrisant le process de A à Z : de l'alimentation des vaches à la vente des produits... À la Ferme de l'Isle, tout est fait maison.

D'abord agriculteurs mais surtout transformateurs, les Simon mènent une entreprise familiale où la passion se transmet de génération en génération. Il y a une trentaine d'années, Dominique et Véronique s'installent à Moyon et débutent avec douze hectares et une quinzaine de vaches. En 2010, l'exploitation ne compte pas moins de 55 hectares et 80 vaches, avec toujours la même ligne de conduite : tout faire soi-même. Un fil rouge qu'ils vont transmettre à leurs filles. En 2012, Émilie,

la cadette, ingénieur agro-alimentaire de formation, rejoint ses parents. En 2013, c'est le tour d'Anne-Sophie, qui arrive au poste de commercial. Toutes deux décident d'investir et de rénover intégralement la structure. Du silo à l'étable, tout est remis à neuf afin que

« cela tienne encore une génération ». Un vrai choix de vie pour ces deux jeunes femmes, amoureuses de leur métier et très attachées aux valeurs que leur ont transmises leurs parents. Une décision judicieuse et un investissement récompensé. En 2015, la famille reçoit le Trophée des Entrepreneurs décerné par le conseil départemental de la Manche. Experte dans son domaine, la famille Simon a très vite fait le choix de la qualité, arrêtant la production de camembert, trop prenante, pour mieux se consacrer aux produits frais. Autonomes du point de vue de la production, ils souhaitent également le demeurer quant à la distribution : pas

**“ De l'alimentation des vaches à la vente, en passant par la traite et la transformation des produits, tout est fait maison ”**

d'hypermarchés ni de supermarchés, mais trois grossistes dans la région parisienne (MIN de Rungis) choisis avec soin et depuis longtemps, et la vente en direct sur les marchés des environs. Beurre cru, crème crue, fromage moulu à la louche et confiture de lait... Vous les trouverez, par exemple, à Saint-Lô sur le marché les vendredis et samedis ou à Goût et Qualité, un magasin de produits frais et locaux près de Caen. Nouveauté depuis l'année dernière, l'ouverture d'une boutique à la ferme sur la demande des clients :

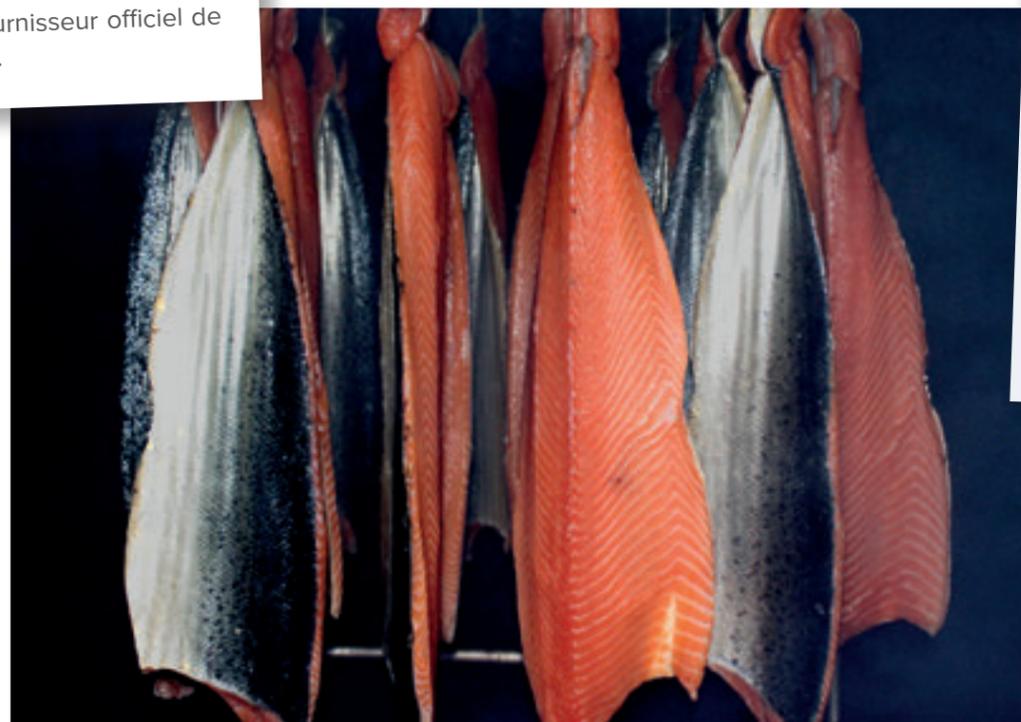
« Le contact humain est important et ça fait toujours plaisir de voir que les produits plaisent aux clients. Beaucoup nous disent qu'ils ne trouvent pas cette qualité en supermarché et heureusement ! » La qualité avant la quantité, tout doit rester à une échelle maîtrisable. Preuve en est, trois de leurs produits ont été récompensés l'année dernière au

Concours Général Agricole de Paris : le fromage frais fermier aux fruits des bois, la crème crue fermière et leur confiture de lait. Située « au cœur du bocage normand », la famille Simon est très attachée à cette « région laitière » : autour de la ferme, les vaches aux robes tachetées de brun et blanc ou de noir et blanc passent plus de huit mois par an dans les herbages où elles se repaissent d'une herbe riche et drue. « La qualité de nos produits, c'est aussi la qualité des nos herbages », souligne Émilie Simon. « Nous n'aurions pas les produits que nous avons si nous étions dans un autre terroir ». Elle nous rappelle aussi que la Normandie jouit d'une belle notoriété pour ses produits laitiers dans le monde entier : « Lors de mes études, j'ai passé plusieurs mois en Australie, tout le monde connaît la Normandie ».



## God save the Fish !

La ferme marine Loch Duart, située dans le comté de Sutherland, en Ecosse, principale source d'approvisionnement de la Saumonerie granvillaise, est aussi le fournisseur officiel de la table royale d'Angleterre.



### EN CHIFFRES

15 tonnes  
de matières premières  
transformées chaque année

75% de la production  
vendue en direct, à l'atelier

± 2 000 visiteurs/an



## SAUMONERIE GRANVILLAISE

210, rue du Conillot - ZI du Mesnil - 50400 GRANVILLE

Tél. 02 33 59 45 07

info@lesaumonier.fr

www.lesaumonier.fr

# LA SAUMONERIE GRANVILLAISE

## A Granville, du saumon fumé "sur mesure"

**Sélection des meilleurs poissons, savoir-faire artisanal, accueil du public, vente en direct : la Saumonerie granvillaise privilégie la qualité du produit et la relation avec le client.**

Quand Rodolphe Belghazi crée en 2004 son premier atelier de fumage de poisson à Granville, sa ville natale, « ce marché, à l'époque, n'existait pas. » Ingénieur en agroalimentaire passé chez Labeyrie, d'abord au fumage, puis comme responsable de production à Nantes (sélection de la matière première, suivi de la qualité...), il dispose d'un solide bagage et d'une longue expérience dans le secteur : c'est donc en connaissance de cause qu'il se lance dans l'aventure. Pendant les premières années, il travaille seul, mais des soucis de santé l'incitent à prendre un nouveau virage en 2013, d'abord en embauchant un salarié, puis en ouvrant des ateliers à Dinard et à Bayeux, et, en 2015, à Cherbourg. Pourquoi multiplier les petits ateliers plutôt que qu'étendre celui de Granville ? « L'artisanat ne peut pas se concevoir dans le cadre de structures importantes. Le concept de la Saumonerie, c'est de produire et de vendre sur place, sous les yeux du client. »

Chacun des ateliers, en effet, a été conçu spécialement pour recevoir du public. Le hall d'accueil peut accueillir une soixantaine de personnes, scolaires ou adultes, invitées à découvrir à travers de larges baies vitrées les différentes étapes du travail : « Pendant une heure, on explique tout. Chez nous, il n'y a pas de « secret de fabrication », seulement du savoir-faire. »

Tour à tour, on découvre le lavage des filets sur les poissons fraîchement livrés, suivi du salage au sel sec, préféré à la saumure (qui ramène du liquide dans les chairs, alors que la qualité suppose au contraire d'enlever un maximum d'eau du poisson pour en concentrer le goût). Puis c'est le fumage « à la ficelle » : les filets sont suspendus dans le fumoir à bois, ce qui assure un fumage plus homogène que le fumage à plat. Le bois utilisé est le hêtre, dont l'arôme plus neutre préserve les saveurs originelles du poisson. Le débit de fumée, qui peut varier considérablement en fonction de la pression atmosphérique et de

l'hygrométrie, est ajusté manuellement en continu. Après un affinage de cinq à six jours, on procède au tranchage, opération importante qui demande dextérité et savoir-faire : « Il faut une année pour former un bon trancheur. »

Rodolphe Belghazi apprécie particulièrement ce contact direct avec le public « avec démonstration de tranchage et

**“Nous proposons une prestation de fumage pour les particuliers qui nous apportent le produit de leur pêche.”**

dégustation » car il permet de montrer que la qualité, c'est de « faire ce qu'il y a de mieux à chaque étape du travail. » Cette exigence de qualité débute évidemment avec la sélection des poissons : « Je m'approvisionne en quasi-totalité à

la ferme marine écossaise Loch Duart, mais je travaille aussi avec les deux seuls élevages français, tout deux situés en Normandie, Saumon de France à Cherbourg et BDV à Isigny sur Mer. » En complément, on trouvera aussi du saumon sauvage d'Ecosse ou du Pacifique, mais jamais de saumon d'élevage de Norvège,

dont la régularité (qualité) est jugée insuffisante. Le critère numéro un, c'est la qualité du poisson (une bonne partie de la matière première est par ailleurs certifiée Label Rouge ou Bio).

La Saumonerie, qui propose aussi une prestation de fumage pour les particuliers qui lui apportent le produit de leur pêche, a élargi au fil des années sa gamme à d'autres produits de la mer, notamment des poissons ou des coquillages locaux : bar, maquereau, coquille Saint-Jacques, bulot... L'essentiel de la commercialisation se fait en direct à l'atelier, mais aussi auprès de quelques restaurants, de poissonniers et sur les marchés locaux. Et une boutique virtuelle pour la vente en ligne devrait voir le jour dans les tous prochains mois.

Maitre Artisan, Rodolphe Belghazi a à cœur de transmettre son savoir-faire. Il forme et encadre ceux qui souhaitent se lancer eux aussi dans l'activité de fumage : le plus proche de ses « élèves » a ouvert un atelier à Nantes, un autre est désormais installé à... Dubaï !



## Bien dans son assiette et dans son corps...

Le bien-être passe par l'assiette et pas que ... Un gîte à la ferme a été ouvert dès 1996. Il est aujourd'hui équipé d'un sauna. Information non négligeable : l'épouse d'Alain Cottebrune est naturopathe. D'où la volonté affichée qu'en ce lieu, on mange bien et on se sente bien !

15

Saint-Vaast La Hougue



## LA VERDURA

177 rue Maréchal Foch - 50 550 Saint Vaast La Hougue  
Tél. 02 33 22 47 75

[www.laverdura.fr](http://www.laverdura.fr)

## EN CHIFFRES

31 hectares  
en culture raisonnée

19 hectares  
en culture biologique

19 salariés  
"C'est le bio qui emploie le plus !"

400m<sup>2</sup> de boutique  
en vente directe



# LA VERDURA

## Bouillonnement d'idées et de propositions autour du maraîchage bio

**C'est à son retour en France après un an et demi passé à Mexico, une des villes les plus polluées au monde, qu'Alain Cottebrune, fils d'agriculteur et ingénieur en agriculture, décide de s'engager dans une démarche d'agriculture raisonnée. Il reprend l'exploitation familiale en 1992 avec un mot d'ordre : le respect de l'environnement.**

Il se trouve ainsi à la tête de 50 ha, en contrat avec Florette, un acteur conséquent de l'agroalimentaire.

...Une production en agriculture raisonnée, une démarche commerciale réduite puisque tout est livré à la coopérative... cela peut sembler confortable, mais le bon sens lui fait craindre de loger tous ses légumes dans le même panier.

Ce constat et la grande envie de produire toujours plus sain ... ainsi s'engage la diversification de l'exploitation, pour répartir les risques et pour donner corps aux aspirations de son propriétaire. Une diversification qui a pour forme une

deuxième société, « la Verdura », qui produit des légumes bio – aujourd'hui sur 19 ha – et les commercialise en direct. Un magasin voit le jour. C'est d'abord un cabanon au bord de la route. C'est aujourd'hui une boutique de 400 m<sup>2</sup>.

*« Je n'aime pas trop l'idée de contraindre le consommateur à commander chaque semaine des paniers préconçus. Cela va un temps, puis les clients se lassent ... Je préfère leur permettre d'acheter ce qu'ils veulent, quand ils le veulent ... ».* Ainsi le consommateur peut-il passer sa commande

sur Internet, une commande qui lui sera livrée chaque semaine auprès de l'un des 16 points relais de la Verdura dans la presqu'île du Cotentin, auxquels s'ajoutent les grandes entreprises du secteur, à moins qu'il ne préfère la retirer

au camion drive, en un point central à Cherbourg. Une livraison à domicile est également possible : la seule qui sera facturée.

Salades diverses, herbes, tomates, courgettes, fenouil, concombres, fraises ... Objectif atteint : les habitants du Cotentin peuvent bénéficier de fruits et légumes variés, de qualité, quand ils le souhaitent.

**“ Produire et vendre localement des produits sains et équitables dans le respect de l'environnement. ”**

Coopérative et vente directe, restauration collective et boutique en ligne, l'activité d'Alain Cottebrune est un exemple remarquable de gestion et d'orchestration des différentes facettes de l'agriculture, avec toujours la qualité et l'accessibilité pour fil conducteur

Alors maintenant ? Quel nouveau chantier ? Quelle est la prochaine conquête ?

Le tourisme ? Le tourisme, la pédagogie et le bien-être !

Alain Cottebrune reçoit régulièrement des groupes scolaires et leur explique que « pour bien manger, il faut comprendre les saisons ». Une démarche pédagogique qu'il projette de développer en organisant des semaines à thèmes à la ferme, où les participants pourront cultiver, récolter et cuisiner leurs produits sur place. Un projet fidèle au slogan de son entreprise : « Cultivons le goût du bon ! »



## Des Parapluies de Cherbourg aux Tontons flingueurs

Si Jean-Pierre Yvon a assisté au tournage du film de Jacques Demy, c'est une réplique tirée du polar culte de Georges Lautner qu'il aime citer : « Le prix s'oublie, la qualité reste »

16

Cherbourg-en-Cotentin

Et en 2016...



Son diplôme d'École de Commerce en poche, Charles rejoint l'aventure familiale en 2015.

## LA MANUFACTURE DE PARAPLUIES DE CHERBOURG

22, quai Alexandre III - 50100 Cherbourg-en-Cotentin  
Tél. 02 33 93 66 60

[www.parapluiedecherbourg.com](http://www.parapluiedecherbourg.com)

Boutique ouverte de 10h à 12h et de 14h à 19h du lundi au samedi.  
Visite de la manufacture : Libre, 5 € - Guidée, 8 €  
Gratuit pour les enfants de – de 5 ans - Groupes sur réservation

### EN CHIFFRES

8 gammes

40 coloris

15 collaborateurs

2 000 m<sup>2</sup>

la surface du nouveau site

## LA MANUFACTURE DE PARAPLUIES DE CHERBOURG

### Des parapluies comme s'il en pleuvait

**Descendant d'une longue lignée de tanneurs installés à Cherbourg au début du 19<sup>e</sup> siècle, Jean-Pierre Yvon a donné vie au « compagnon irrésistible des temps incertains ».**

Jean-Pierre Yvon, en 1963, assiste « tous les jours en rentrant de l'école » au tournage des Parapluies de Cherbourg, de Jacques Demy. Grâce au film, le port normand devient célèbre partout dans le monde. Bien plus tard, devenu photographe professionnel, il découvre au cours de ses voyages que l'appellation « *Parapluie de Cherbourg* » est mondialement connue. En 1981, il revient dans son Cotentin natal et ouvre dans le centre piéton une petite boutique de cadeaux exotiques, de bijoux et de soieries.

Cet amoureux du bel objet est aussi un visionnaire. Il a en tête une idée un peu folle : « *Créer un parapluie d'exception, solide et beau, portant le nom de ma ville. Car si l'appellation est célèbre, le parapluie de Cherbourg, concrètement, n'existe pas* ». En 1986, Jean-Pierre Yvon dépose la marque « *Le Véritable Cherbourg* » et crée trois premiers modèles, dont il confie la fabrication à un sous-traitant. L'idée n'était pas si folle, semble-t-il : le succès est immédiat. Dix ans plus tard, il

réalise enfin son rêve : ouvrir sur place, à Cherbourg, une manufacture de parapluies, une activité en voie de disparition (il ne reste aujourd'hui, que quatre ou cinq fabricants en France). « *Heureusement, il subsiste dans le Cotentin un savoir-faire, je fais travailler une vingtaine d'entreprises locales en sous-traitance.* »

L'entreprise démarre avec une petite équipe de « manufacturiers » recrutés pour leur savoir-faire et leur respect de la qualité. Une qualité « *à l'ancienne* », privilégiant les matières nobles, mais qui n'exclut pas la recherche et l'innovation : chaque modèle est testé, vérifié. Les procédés

de fabrication sont sans cesse améliorés... « *Je les fait tester en soufflerie pour vérifier leur solidité et leur résistance : même par un vent de face de plus de 100 km/h, nos parapluies ne se retournent pas !* » En 2007, il obtiendra le premier prix du salon de la Haute Façon « *le Made*

*in France* » à Paris. La marque connaît un succès croissant, et Jean-Pierre Yvon ne cesse de créer de nouvelles gammes, des tailles, assorties à chacun, dans 40 coloris, des séries limitées à l'occasion de grands événements, des modèles spéciaux pour des cadeaux d'entreprises. En 2011, c'est avec son fils Charles qu'il va même créer le ParaPactum, un instrument de protection rapprochée.

**« Une qualité à l'ancienne qui privilégie les matières nobles, et qui intègre recherche et innovation. Même par un vent de face de plus de 100 km/h\*, Le Véritable Cherbourg résiste et protège ! »**

Décidé à offrir un écrin digne de ce nom à sa marque, Jean-Pierre Yvon se met à la recherche d'un lieu apte à accueillir la manufacture, une boutique et un musée, un lieu de beauté et de culture qui soit aussi ouvert aux expositions, aux conférences, aux cocktails... « *Quai Alexandre-III, au bord du bassin du Commerce, le magnifique immeuble Belle Epoque de l'ancienne succursale de la Banque de France était à vendre. « Je l'ai acheté !*

». Jolie revanche : il fut un temps où les banques rachetaient à vil prix les pépites de l'industrie française en difficulté... Après y avoir investi plusieurs millions d'euros, il fait de ce lieu unique « *un nouveau pôle touristique et patrimonial, où l'on découvre à travers des baies vitrées les manufacturiers à l'œuvre et l'atelier des brodeuses* ».

L'aménagement, les équipements (marbres, meubles, matériel de projection vidéo...) : tout a été fait par des entreprises françaises, voire locales. Haut de cinq mètres, le décor a été pensé spécialement pour mettre en valeur les parapluies. On sent l'œil exercé de l'ancien photographe, de l'amateur de beau : « *Le Véritable Cherbourg, ce compagnon irrésistible des temps incertains, est comme un objet d'art, il sollicite tous les sens.* » La vue, par ses formes, ses galbes, sa quarantaine de coloris différents. Le toucher, avec ses matières nobles, tissus, bois, laiton massif. Et même l'ouïe : « *Je peux reconnaître n'importe lequel de mes modèles au son qu'il produit à l'ouverture et à la fermeture...* »

\* Test réalisé par l'Institut Aérotechnique des Arts et Métiers de Saint-Cyr-l'École



## Chacun son Tour !

Formé au travail du bois dans le respect des meilleures traditions, Rémi James a conservé un lien étroit avec le compagnonnage, puisque chaque année, plusieurs compagnons effectuant leur Tour de France font étape à Saint-Laurent-de-Cuves.



Projet du Louvre / Colonne Maurice

## MAISON JAMES

28, rue Principale 50670 Saint-Laurent-de-Cuves  
Tél. 02 33 79 42 42

Bureau : 17, Avenue Dusquesne 75007 Paris

[www.james.tm.fr](http://www.james.tm.fr)

## EN CHIFFRES

- **140** salariés répartis sur deux manufactures, dans la Manche et en Turquie
- **20** millions d'euros de chiffre d'affaires, dont 50% à l'export
- **4** bureaux Paris, Londres, Moscou et Istanbul
- **+1 000** essences de bois différentes travaillées



SWOOM® à l'Hôtel Ibis / Deauville

# MAISON JAMES

## Quand le compagnon ébéniste dépose les brevets des matériaux de la décoration de demain

**Au cœur du bocage normand, celui qui aménage des yachts, des hôtels, des palaces, des sièges sociaux ... invente aussi les matériaux de demain.**

Le travail du bois, c'est la passion de la famille James depuis plus d'un siècle et demi. « Nous sommes ébénistes de père en fils depuis 1840. Roger, mon père, réalisait des portes, des cuisines, de magnifiques armoires normandes, qu'il livrait dans toute la France », raconte Rémi James, actuel PDG de la Maison James.

Dès l'adolescence, il sait qu'il poursuivra l'activité de son père, mais en suivant sa propre voie : sa vie professionnelle débute donc par huit années de compagnonnage passées chez des maîtres ébénistes, un peu partout en France. De retour dans son village de Saint-Laurent-de-Cuves - 500 habitants à peine - il travaille six mois aux côtés de son père puis, au début des années 1980, élargit l'activité de l'atelier, qu'il transforme en une véritable entreprise, qui entre ainsi dans le cercle très fermé des agenceurs de haut vol. La Maison James est née...

L'entreprise n'a cessé depuis de se développer, pour devenir un groupe

d'envergure mondiale : « Nous sommes un peu atypiques dans notre univers, où les grandes entreprises du secteur ont des chiffres d'affaires quatre à cinq fois inférieurs au nôtre. Atypiques également parce que nous nous développons là où on ne nous attend pas. »

Au fil du temps, le groupe James a développé son marché en France, en Europe et jusqu'en Russie et au Moyen-Orient, a ouvert une seconde manufacture en Turquie, et importe toujours des grumes de toutes les forêts de la planète, excelle dans la laque, dans la marqueterie, dans les vernis délicats... On retrouve sa signature sur des yachts et des résidences privées, des bureaux et des sièges sociaux (Bouygues), des hôtels de luxe (Shangri-La, Molitor...) et des boutiques (Louis Vuitton, Dior...).

L'entreprise est aussi présente dans des lieux de culture et des musées, comme la Fondation Louis Vuitton ou les musées d'histoire naturelle de Bordeaux

et de Toulouse. Très bientôt, c'est-à-dire tout début juillet, la Maison James livrera le nouveau mobilier d'accueil de la pyramide du musée du Louvre : quatre colonnes de 4 mètres de haut et 44 bancs de sept modèles différents. Un challenge

**“La culture de l'entreprise, c'est le sur-mesure. Le SWOOM®, notre dernier brevet, permet aux architectes et designers de donner libre cours à leur créativité.”**

mené avec l'agence Search, en partenariat avec Golfe Agencement et les Ateliers Saint-Jacques. Un magnifique dossier, esthétique et technique.

L'entreprise sait aussi prendre les devants et proposer des solutions adaptées et nouvelles. « La culture de notre univers, c'est de répondre à des commanditaires. Les intervenants sont rarement « en amont ». La culture de l'entreprise, c'est l'innovation : innover pour ne pas être cantonné au rôle d'exécutant et pour échapper à la sélection par le prix. Nous voulons apporter de nouvelles approches sur le marché, et être ainsi repérés et prescrits par le produit. »

...C'est ainsi que le bureau d'étude de l'entreprise transforme les idées en plans, travaille le « sur mesure » et accompagne ses clients dans toutes les étapes de leurs projets, de l'étude à la réalisation, du prototypage à la fabrication.

...C'est ainsi que le département R&D de la Maison James, qui travaille au plus près avec les cabinets d'architectes et de designers, a mis au point une nouvelle technologie qui permet de réaliser des panneaux muraux avec gaufrage en 3D de n'importe quel motif, d'une précision très fine et la possibilité de le revêtir de n'importe quel matériau souple standard : textile, cuir...

Ainsi est né le SWOOM®, brevet déposé par la Maison James en mars dernier, qui permet aux architectes et designers de donner libre cours à leur créativité... Bientôt suivra le Selun®, matériau 100% bio-sourcé, composé de 60% de farine de bois et de 40% d'acétate de cellulose. Un matériau qui a l'aspect, la chaleur et l'élégance du bois. Thermoflexible, il offre une grande liberté de création, dans une démarche durable.



## Au service des cuisines de l'Élysée

Dernier étameur encore en activité en France, Mauviel a refait l'étamage de la batterie de cuisine de la présidence de la République, dont certaines pièces datent du 18<sup>e</sup> siècle...

## L'exception aux rendez-vous du monde

Mauviel 1830 participe à divers événements au niveau international.

- Exposition Universelle de Milan
- Main Sponsor du Bocuse d'Or
- Omnivore World Tour : Paris, Moscou, Shanghai, Montréal, Londres, Istanbul



## MAUVIEL 1830

47, route de Caen - 50 800 VILLEDIEU-LES-POÊLES  
Tél. : 02 33 61 00 31

[www.mauviel.com](http://www.mauviel.com)

Ouvert au public :  
notamment lors des « Visites du jeudi » organisées par la Chambre de Commerce de d'Industrie

## EN CHIFFRES

85 salariés

900 références

20% des clients  
sont des professionnels



# MAUVIEL 1830

## Héritiers d'une tradition vieille de huit siècles

**Grand nom du matériel culinaire, Mauviel perpétue un savoir-faire unique au monde qu'elle partage avec les professionnels étoilés aussi bien qu'avec les amateurs éclairés.**

Incarnation de la septième génération à la tête de la maison Mauviel depuis sa création en 1830, Valérie Leguern-Gilbert est en réalité l'héritière d'une tradition multiséculaire qui plonge ses racines jusqu'au Moyen-Âge. La société créée par Ernest Mauviel a en effet vu le jour à Villedieu-les-Poêles, un gros bourg considéré comme la « Cité du cuivre », où l'on pratique la poêlerie et la dinanderie - la fabrication d'ustensiles de cuisson à partir de métaux bi-laminés (cuivre-inox, multicouche inox) - depuis le 12<sup>e</sup> siècle. A partir de cette époque, en vertu d'un privilège accordé par le Duc de Normandie, la petite cité fut administrée directement par l'ordre aux Chevaliers de l'Ordre de Malte, et ses habitants n'y payaient pas d'impôts, ce qui attira de nombreux artisans. L'activité y était telle que l'on surnomma les habitants de Villedieu les Sourdins, car le martelage incessant des feuilles de cuivre était, disait-on, bruyant à vous rendre sourd !

De ces innombrables ateliers artisanaux,

bien peu ont su s'adapter aux évolutions du monde. Mauviel est de ceux-là. Spécialisé dès l'origine dans la fabrication de matériel culinaire pour les professionnels, Mauviel a perpétué cette tradition de qualité, quand tant d'autres ateliers se tournaient vers une production destinée à une clientèle de passage :

casseroles décoratives et autres objets souvenirs, parfois kitsch et pas toujours fabriqués localement. Mauviel, pour sa part, est resté, génération après génération, à l'écoute des grands chefs, professionnels exigeants qui ne voulaient rien d'autres que des ustensiles en cuivre, qu'aucun

autre métal ne surpasse pour ce qui est de la conduction de la chaleur. « Pour la cuisson, il n'y a rien de mieux que le cuivre », résume Valérie Leguern-Gilbert, à la tête depuis 2006 de l'entreprise restée à 100% familiale. Déjà, pendant la Seconde guerre mondiale, suite à la pénurie de cuivre, Mauviel avait su s'adapter en développant

une deuxième gamme, en aluminium. Puis plus tard, dans les années 90, en lançant leur ligne phare M'Cook « multicouches inox » adaptée à la cuisson par induction, alors en plein essor. Parallèlement, le budget consacré par les grands chefs à leur matériel de cuisine commençait à chuter : « Autrefois considéré comme l'un

**“ Mauviel, c'est le made in France, destiné aux chefs mais aussi à des amateurs éclairés pour qui cuisiner est un art de vivre. ”**

des investissements principaux, le matériel est passé en queue de peloton, derrière l'immobilier (les bons emplacements coûtent cher), la décoration, le service... » Le marché de la restauration professionnelle étant en recul, Mauviel se tourne alors vers le grand public, ou pour être plus précis, vers celui des amateurs éclairés, des particuliers pour lesquels l'acte de cuisiner relève d'un art de vivre : « Nous avons été obligés de développer de nouvelles gammes, avec toujours une grande exigence de qualité tout en offrant un niveau de prix accessible... Cette clientèle de passionnés représente aujourd'hui 80% de notre chiffre d'affaires.

# Mauviel 1830®

Mauviel réattaque le marché depuis deux ans avec optimisme, car c'est en phase avec une demande émergente de travailler avec de bons produits et de bons outils, fabriqués dans des matériaux sains ». Quant au service en salle, il commence à faire son retour : « Nous avons créé un service spécifique pour le Ritz ». Chiffre significatif, Mauviel propose 900 références actives, mais propose également des créations « sur-mesure » à destination des chefs.

La crise économique, elle, a eu un rôle positif inattendu, en remettant en lumière « le made in France, la durabilité des matériels, une volonté de consommer moins, mais mieux : avec une casserole multicouche, trois minutes suffisent pour porter un litre d'eau à ébullition, quand il en faut six avec une casserole basique... » Se définissant comme « fabricant normand, à la fois industriel et artisan », Mauviel est donc à la fois une entreprise tournée vers l'innovation et, avec ses chaudronniers, ses étameurs, ses marteleurs, le gardien d'un savoir-faire qui contribue à l'attractivité du territoire.

18

Villedieu-les-Poêles

## A l'étranger aussi...

Premier opérateur alternatif en France, NomoTech vise également le développement international, avec notamment des déploiements en Afrique du Sud et dans les Caraïbes.



## NOMOTECH

ZA des Estuaires - 53, avenue de la Pierre Vallée  
50220 POILLEY

Tel. : 02 33 89 09 08

[www.nomotech.com](http://www.nomotech.com)

19

Poilly

## EN CHIFFRES

170 collaborateurs

1 million  
de connexions wifi par mois

28 millions  
de chiffre d'affaires



# NOMOTECH

## Le haut-débit accessible partout

**Spécialisé dans les technologies télécoms, inventeur du WifiMax, le groupe NomoTech est un des leaders français pour l'équipement internet haut-débit des « zones blanches ».**

Tout est allé très vite pour NomoTech. Créée à Avranches par Bruno Weinreich et Philippe Duchein, la petite start-up est devenue - en à peine plus de dix ans - un groupe d'envergure nationale comptant 170 collaborateurs répartis sur tout le territoire. A l'origine, en 2003, ces ingénieurs spécialisés dans les réseaux et les télécoms entendent profiter de l'opportunité nouvellement offerte par l'Autorité de régulation des télécommunications (ART, aujourd'hui ARCEP) qui vient de libéraliser la bande 2,4 GHz (réseaux sans fil radio).

« Nous avons débuté, raconte Bruno Weinreich, aujourd'hui PDG, par proposer une gamme de boîtiers permettant l'accès à internet par ondes radio » dans les zones dites « blanches » (sans aucun accès internet) ou « grises » (peu ou mal desservies). Cette offre leur permet dès 2005 de remporter plusieurs appels d'offre sur des Réseaux d'initiative publique (RIP) lancés par les

collectivités locales. « Aujourd'hui, nous exploitons environ 3 000 sites radio dans une trentaine de départements ». Très rapidement, NomoTech devient fournisseur d'accès (FAI) via sa filiale Ozone, qui compte aujourd'hui 50 000 abonnés.

Certes, les ondes radio permettent d'amener le haut-débit là où le réseau filaire classique est absent ou insuffisant, contribuant à résorber la fameuse « fracture numérique » dans les zones rurales et périurbaines. Mais la fibre optique (FTTH) promet beaucoup plus : ce réseau de minuscules tubes capables de transporter la lumière peut transmettre des données à un débit 100 fois supérieur à celui des câbles cuivre classiques, sans quasiment de perte en ligne. Pas de quoi inquiéter les dirigeants de NomoTech : « Concrètement, le déploiement de cette technologie et le renouvellement des infrastructures qu'il implique est

comparable au chantier de raccordement téléphonique des années 1970-80, qui avait pris plus de quinze ans, les technologies sont complémentaires au déploiement de la fibre optique ». Très bientôt, de nouvelles fréquences vont être ouvertes par l'ACERP, spécifiquement dédiées au désenclavement des zones blanches, par la technologie 4G LTE. NomoTech va d'ailleurs réaliser des

**« La petite start-up française devenue grande en à peine dix ans, compte bien conquérir les marchés émergents par le biais des hotspots. »**

expérimentations avec cette nouvelle technologie dès cette année.

Les projets ne manquent pas. « Nous avons commencé à nous diversifier et à viser des marchés émergents, comme l'accès Wifi dans les sites urbains à forte densité de population, et donc de connexions (gares, aéroports, stades, parcs, bibliothèques, galeries commerciales et autres lieux publics des grandes villes...), ce que l'on appelle les hotspots. » Le groupe a créé une filiale, NomoSphère,

dont c'est la spécialité : « Ce n'est pas vraiment plus compliqué de connecter simultanément des milliers de personnes sur un site de taille relativement réduite que de déployer du Wifi dans des zones rurales vastes, mais peu peuplées. Ce qui est différent, c'est la façon de financer ce service : sur les hotspots, on est sur un principe de service gratuit pour les utilisateurs, qui est notamment financé par la vente de services additionnels ou d'espaces publicitaires ».

NomoTech

## Une ambulance pour les chevaux !

Théault présentera à l'automne prochain un modèle spécialement équipé au transport ambulatoire des chevaux, avant ou après une opération. Cette « hippo-ambulance » a été labellisée par le Pôle de compétitivité Hippolia.



### EN CHIFFRES

16 millions d'euros  
de chiffre d'affaires

60% à l'export

80 collaborateurs



## VANS THEAULT

Zone d'activité de Maudon - Route de la Haye-Pesnel  
50300 PONTS-SOUS-AVRANCHES  
Tél. 02 33 89 22 22

[www.theault.com](http://www.theault.com)

Ouvert au public dans le cadre des « Visites du jeudi »  
organisées par la Chambre de Commerce de d'Industrie

# VANS THEAULT

## Les chevaux voyagent en première classe

L'ancien fabricant de charrettes, né en 1924, est aujourd'hui une entreprise d'envergure internationale, leader européen des véhicules de transport d'équidés.

Spécialisé dans le carrossage, la vente et la location de véhicules de transport pour chevaux, Théault a connu des débuts modestes dans l'univers du cheval : « A l'origine, en 1924, c'était un atelier de fabrication de charrettes », explique Olivier Paulmier, le président de l'entreprise. Au fil des années, l'entreprise s'est spécialisée dans la construction de vans. Dès les années 1950, dans un contexte de démocratisation de l'équitation, elle propose un véhicule complètement innovant pour l'époque : le modèle « têtes arrières ».

Dès lors, ses véhicules n'ont cessé d'évoluer selon la demande et les tendances du marché, et se déclinent en une large gamme, du deux places à la semi-remorque. L'entreprise réceptionne des châssis-cabine, une base que quatre-vingt collaborateurs,

(selliers, menuisiers...) vont transformer en véhicules pour une clientèle fidèle d'éleveurs, de propriétaires, d'entraîneurs, de transporteurs ou de simples particuliers. Théault dispose en outre d'un bureau d'étude de quatre personnes, apte à répondre à toute demande particulière.

L'innovation occupe une place centrale dans la stratégie de Théault : en 2008, un nouveau modèle, Protéo, lui vaut d'ailleurs d'être récompensé par le trophée de l'innovation de l'Institut national de la propriété industrielle (INPI). Innovation dans les matériaux, qui doivent être à la fois légers et toujours plus résistants. Innovation dans l'aménagement de l'habitacle, car un van ne transporte pas que des chevaux, mais aussi des personnes : « Notre ambition est d'atteindre un haut niveau de confort et

de finition, de proposer des véhicules de transport qui soient à la hauteur des automobiles les plus confortables ». Innovation également dans les services, avec des solutions de financement et même la création de RENTEO, une plateforme web, type Airbnb, qui permet une mise en relation loueurs-locataires

**“ A la base de nos véhicules, des châssis-cabines que 80 collaborateurs transforment pour les professionnels et les particuliers. ”**

de camions Théault sur toute la France entre particuliers et/ou professionnels. »

Entré en 1998 chez Théault pour étudier le potentiel de développement de l'entreprise à l'international, Olivier Paulmier occupe ensuite les fonctions de directeur commercial, directeur général, avant de prendre la présidence de l'entreprise en 2013. L'export est un des fers de lance de l'activité : l'international représente 60 % du chiffre d'affaires. Les Vans Théault sont commercialisés

principalement en Europe de l'Ouest (Grande-Bretagne, Suisse, Allemagne, Belgique, Espagne, Pays-Bas, Suède...), mais aussi dans les pays à forte tradition équine, comme les Etats-Unis, l'Australie... et jusqu'à Dubaï. « Nous avons des concurrents locaux en Normandie et quelques autres, en France et en Europe, dont certains ont fait le choix - qui n'est pas le nôtre - de faire fabriquer dans des pays à bas coût, mais nous sommes leader européen et fiers de conserver notre fabrication et savoir-faire en France ». L'entreprise a d'ailleurs reçu en 2007 la certification « Opérateur qualifié » par le ministère des Transports.





**Manche**  
DÉVELOPPEMENT

Michèle  
Fréné  
conseil

Relations médias  
Relations publiques

**Contact presse :**

Michèle Fréné - Florence Basseux  
Agence Michèle Fréné Conseil - Caen  
02 31 75 31 00 - [mfc@michele-frene-conseil.fr](mailto:mfc@michele-frene-conseil.fr)  
[www.michele-frene-conseil.fr](http://www.michele-frene-conseil.fr)