



Revue de presse 2020

Sommaire

PAREDES	9
PAREDES DELPHINE DORÉ Entretien Textile - 01/01/2020	10
TRANSITION SOCIALE ET ÉCOLOGIQUE Salariés, clients, fournisseurs... tous égaux responsables Bâtiment Entretien - 01/01/2020	11
CARNET Bâtiment Entretien - 01/01/2020	15
PRODUITS D'HYGIÈNE ET D'ENTRETIEN Un marché de 4 M€ pour Paredes dans la santé Bâtiment Entretien - 01/01/2020	16
Contrat d'envergure dans la santé pour Paredes services-proprete.fr - 03/01/2020	17
Paredes séduit l'univers de la santé Le JDEntreprises - Le Briefe - 06/01/2020	18
Paredes renforce ses équipes dirigeantes côté supply chain Voxlog.fr - 17/01/2020	19
Nouveaux noms dans la supply chain de Parades StrategiesLogistique.com - 20/01/2020	21
Paredes en avance sur ses objectifs, revoit ? la hausse ses ambitions Lefigaro.fr - 22/01/2020	22
Paredes en avance sur ses objectifs, revoit à la hausse ses ambitions AFP • 22/01/2020 à 18:37 Boursorama.com - 22/01/2020	23
Paredes en avance sur ses objectifs, revoit à la hausse ses ambitions Agence France Presse Fil Eco - Fil Eco - 22/01/2020	24
Un contrat à 4 millions pour Paredes Tribune de Lyon - 23/01/2020	25
Paredes envisage l'avenir avec sérénité Le Progrès Est Lyonnais - Est Lyonnais - 23/01/2020	26
Saint-Quentin-Fallavier Économie Paredes envisage l'avenir avec sérénité Leprogres.fr - 23/01/2020	27
190 L'entreprise française Paredes réalise un Le Dauphiné Libéré La Tour du Pin et Nord Dauphiné - La Tour du Pin et Nord Dauphiné - 23/01/2020	28
Paredes envisage l'avenir avec sérénité Le Dauphiné Libéré La Tour du Pin et Nord Dauphiné - La Tour du Pin et Nord Dauphiné - 23/01/2020	29
190 L'entreprise française Paredes réalise un Le Dauphiné Libéré Bourgoin-Jallieu et Nord-Dauphiné - Bourgoin-Jallieu et Nord-Dauphiné - 23/01/2020	30
Parades muscle sa Supply Chain dans le cadre de son plan DEFI 2022 supplychain-village.com - 24/01/2020	31
Nomination. Paredes se dote d'un directeur Supply Chain et Opérations Newsletter SupplyChainMagazine.fr - 27/01/2020	32

Distribution de produits d'hygiène. La bonne année 2019 de Paredes batiment-entretien.fr - 29/01/2020	33
GROUPE PAREDES Executives - 30/01/2020	35
Denis Berthier Stratégies Logistique - 01/02/2020	36
En collaboration avec ses clients, Process Alimentaire - 01/02/2020	37
HYGIÈNE Un tapis absorbant à semelle adhésive chez Paredes Process Alimentaire - 01/02/2020	38
HYGIÈNE Une mousse antiseptique et hypoallergénique chez Paredes Process Alimentaire - 01/02/2020	39
La qualité sous tous les angles Process Alimentaire - 01/02/2020	40
Mousse antiseptique hypoallergénique RIA - 01/02/2020	42
Tapis absorbant RIA - 01/02/2020	43
Gants jetables RIA - 01/02/2020	44
LA NOUVELLE STRATÉGIE LOGISTIQUE DE PAREDES Le Tout Lyon - Affiches - 01/02/2020	45
LES HOMMES ET LES FEMMES DU MOIS Zepros - Bati - 01/02/2020	47
La nouvelle stratégie logistique de Paredes le-tout-lyon.fr - 04/02/2020	48
06:58:00 Paredes, leader de l'hygiène dans la RADIO CLASSIQUE - La matinale économique - 06/02/2020	50
L'ACTU 69 / EQUIPEMENT : un centre de formation pour Paredes Flash Infos Economie Auvergne Rhône-Alpes Bourgogne Franche-Comté - Auvergne Rhône-Alpes Bourgogne Franche-Comté - 13/02/2020	51
LE HUB PARADES INAUGURÉ À SAINT-QUENTIN-FALLAVIER L'Essor - Tribune ISERE - 14/02/2020	52
Paredes revoit ses ambitions de rentabilité Bref Éco Matin - 18/02/2020	53
Coronavirus: les prix des masques de protection vendus en ligne explosent Msn (France) - 26/02/2020	54
Coronavirus: les prix des masques de protection vendus en ligne explosent bfmtv.com - 26/02/2020	56
PAREDES PREND RACINE EN ISÈRE Journal du Bâtiment et des TP en Rhône-Alpes - 27/02/2020	58
SANTÉ HOSPITALIER: LE MANUEL A TOUJOURS LA COTE Services - 01/03/2020	59

La bonne année 2019 de Paredes Bâtiment Entretien - 01/03/2020	65
Le grossiste en produits d'hygiène Paredes en première ligne dans la crise sanitaire LeJournalDesEntreprises.com - 18/03/2020	67
Coronavirus : le grossiste en produits d'hygiène Paredes en première ligne dans la crise sanitaire LeJournalDesEntreprises.com - 19/03/2020	69
PAREDES RENFORCE SES ÉQUIPES DIRIGEANTES CÔTÉ SUPPLY CHAIN Voxlog - 20/03/2020	71
Coronavirus : le grossiste en produits d'hygiène Paredes en première ligne dans la crise sanitaire LeJDEntreprises - Le Brief Rhône-Alpes - Rhône-Alpes - 20/03/2020	72
Coronavirus : Paredes accélère sa production LeJDEntreprises - Le Brief Rhône-Alpes - Rhône-Alpes - 23/03/2020	74
Covid-19 : mobilisation des distributeurs hygiène et propreté services-proprete.fr - 25/03/2020	75
L'entreprise Paredes accélère fort et sort 50 tonnes de ouate par jour TribunedelLyon.fr - 27/03/2020	76
60 L'entreprise de Genas Tribune de Lyon - 01/04/2020	77
Paredes : « Nous avons battu un record de production avec 50 tonnes de ouate par jour, soit le double de la normale ! » brefeco.com - 02/04/2020	78
F. Thuilleur (Paredes) : "La consommation d'eau par salarié a diminué de 55 % en cinq ans" magazine-decideurs.com - 05/04/2020	80
Paredes : « Nous avons battu un record de production avec 50 tonnes de ouate par jour, soit le double de la normale ! » Bref Éco Matin - 05/04/2020	82
DEPUIS MARS, LES COMMANDES EXPLOSENT : + 115 % PAR RAPPORT Bref Eco Auvergne Rhône-Alpes - 07/04/2020	84
André Lerond, ancien de l'OL, a fait le succès de Paredes Le Progrès Est Lyonnais - Est Lyonnais - 15/04/2020	85
Paredes, spécialiste de l'hygiène et de la protection, sur le pont jour et nuit Le Progrès Est Lyonnais - Est Lyonnais - 15/04/2020	86
Rhône Économie Paredes, spécialiste de l'hygiène et de la protection, sur le pont jour et nuit Leprogres.fr - 15/04/2020	88
Repères Le Progrès Est Lyonnais - Est Lyonnais - 15/04/2020	89
Reprise d'activité : où se fournir en matériel de protection ? ledecolletage.com - 23/04/2020	90
Sans résidus : vers des étergents et désinfectants plus biodégradables Process Alimentaire - 30/04/2020	91
GELS, MASQUES, DÉSINFECTANTS Fabricants et distributeurs font face aux pénuries Anne Le Gallet, directrice marketing Action Pin Bâtiment Entretien - 30/04/2020	94
«L'hygiène et la santé vont devenir des secteurs stratégiques. » Bâtiment Entretien - 30/04/2020	98

«L 'hygiène et la santé vont devenir des secteurs stratégiques.» Bâtiment Entretien - 30/04/2020	101
" L'explosion des commandes a été une grosse tempête à gérer pour les équipes ! " Daf-mag.fr - 12/05/2020	104
Produits d'hygiène: Paredes investit et recrute pour faire face à la demande Agence France Presse Fil Eco - Fil Eco - 12/05/2020	108
Lyon : une entreprise qui ne connaît pas la crise Francetvinfo.fr - 12/05/2020	109
Produits d'hygiène: Paredes investit et recrute pour faire face à la demande AFP • 13/05/2020 à 13:40 Boursorama.com - 12/05/2020	111
Hygiène professionnelle : le distributeur Paredes surfe sur l'explosion de la demande professionbienetre.com - 13/05/2020	112
Paredes accroît ses investissements dans les produits d'hygiène à Genas UsineNouvelle.com - 14/05/2020	114
GRUPE PAREDES Executives - 27/05/2020	115
PATRONS SUR LE FRONT Le Journal des Entreprises Rhône - Rhône - 31/05/2020	116
PAREDES Emmanuel Oberthur Directeur des systèmes d'information du groupe Galvano Organo - 31/05/2020	118
Les poids lourds de la propreté Lyon Décideurs - 31/05/2020	119
Emmanuel Oberthur devient DSI du spécialiste de l'hygiène Paredes Cio-Online.com - 31/05/2020	120
Emmanuel Oberthur prend la DSI de Paredes lemondeinformatique.fr - 02/06/2020	121
Emmanuel Oberthur Journal du Bâtiment et des TP en Rhône-Alpes - 03/06/2020	122
Technologies larevuedudigital.com - 03/06/2020	123
Paredes a doublé sa production d'essuie-mains Le Progrès Est Lyonnais - Est Lyonnais - 08/06/2020	124
Le Match : Orapi / Paredes, les poids lourds de la propreté lyondecideurs.com - 11/06/2020	125
CARNET Protection individuelle et collective - 30/06/2020	126
PAREDES EMMANUEL OBERTHUR PSM - Protection Sécurité Magazine - 30/06/2020	127
L'hygiène revient en première ligne Management - 30/06/2020	128
Un reportage Management - 30/06/2020	132

FOURNISSEURS ET DISTRIBUTEURS Le développement durable a-t-il eu raison du «greenwashing» ?	133
Bâtiment Entretien - 30/06/2020	
RISQUES & CO 19	136
DAF Magazine - 30/06/2020	
Distribution de produits hygiène. UniHA renforce son partenariat avec Paredes	139
batiment-entretien.fr - 14/07/2020	
Une récolte de miel sur le site du groupe Paredes à Verneuil-sur-Vienne	140
Le Populaire du Centre Haute-Vienne - Haute-Vienne - 25/07/2020	
Parades dévoile sa nouvelle collection pour cabines sanitaires	141
Journal du Bâtiment et des TP en Rhône-Alpes - 12/08/2020	
Partenariat renforcé entre UniHA et Paredes	142
services-proprete.fr - 19/08/2020	
Une belle récolte de miel pour le groupe Paredes sur son site de Verneuil-sur-Vienne	143
lepopulaire.fr - 20/08/2020	
Emmanuel Oberthur	144
Les Echos - 24/08/2020	
Au bureau, l'hygiène revient en première ligne	145
Msn (France) - 24/08/2020	
Au bureau, l'hygiène revient en première ligne	147
Capital.fr - 24/08/2020	
Au bureau, l'hygiène revient en première ligne	149
Yahoo ! Finance (FR) - 24/08/2020	
« ADRESSER LES CONTRAINTES D'HYGIÈNE DE MANIÈRE TRANSVERSALE »	150
Hospitalia - 31/08/2020	
ASSEMBLÉE GÉNÉRALE LES PROFESSIONNELS DE LA PROPRETÉ EN AG À NICE	151
Services - 31/08/2020	
SANTE, QUELLE PLACE POUR L'USAGE UNIQUE ?	152
Entretien Textile - 31/08/2020	
SÉBASTIEN NOMMER, CHEF DE MARCHÉ SANTÉ - PAREDES	155
Entretien Textile - 31/08/2020	
DISTRIBUTION DE PRODUITS D'HYGIÈNE UniHA renforce son partenariat avec Paredes	156
Bâtiment Entretien - 31/08/2020	
Parole de distributeur François Thuilleur, directeur général Paredes «Sécuriser les achats et les stocks. »	157
Bâtiment Entretien - 31/08/2020	
Se protéger des projections chimiques occasionnelles	158
Protection individuelle et collective Hors Série - Hors Série - 31/08/2020	
▮ Nomination : Emmanuel Oberthur, DSI de Paredes Il a débuté en tant que responsable adjoint de la trésorerie chez DuPont De Nemours, puis chez Sonepar, et devient le directeur de projet ERP de cette société. Il effectue ensuite l'essentiel de sa	162
IT for BUSINESS - 02/09/2020	
Nice accueille l'AG de la FEP	163
services-proprete.fr - 22/09/2020	
6 PRODUITS POUR	164
Services - 30/09/2020	

Paredes crée une direction dédiée aux services services-proprete.fr - 04/10/2020	166
François Thuilleur devient président du Conseil d'administration de Paredes le-tout-lyon.fr - 04/10/2020	169
François Thuilleur nommé président du Conseil d'administration de Paredes LeJournalDesEntreprises.com - 04/10/2020	170
PAREDES crée une direction dédiée aux services Hospitalia.fr - 05/10/2020	171
François Thuilleur nommé président du Conseil d'administration de Paredes Le JD'Entreprises - Le Brief Rhône-Alpes - Rhône-Alpes - 06/10/2020	172
Conférence Villeurbanne Journal du Bâtiment et des TP en Rhône-Alpes - 07/10/2020	173
PAREDES Executives - 07/10/2020	175
François THUILLEUR brefeco.com - 08/10/2020	176
Le billet Julien Thibert Tout Lyon - Essor Rhône - 09/10/2020	177
PAREDES Bref Éco Matin - 11/10/2020	179
Distribution de produits d'hygiène. Simon Paredes passe le témoin à François Thuilleur batiment-entretien.fr - 14/10/2020	180
François Thuilleur est nommé Président du Conseil d'Administration du Groupe PAREDES et vise la place de n°1 du marché de l'hygiène professionnelle en France Hospitalia.fr - 19/10/2020	181
34 / BIENS DE CONSOMMATION : le groupe Paredes s'implante à Montpellier Flash Infos Economie PACA Corse Occitanie - PACA Corse Occitanie - 19/10/2020	182
Hygiène : PAREDES ouvre sa première agence commerciale en France à Montpellier heraultjuridique.com - 20/10/2020	183
MONTPELLIER : PAREDES ouvre sa première agence commerciale Presseagence.fr - 20/10/2020	184
François Thuilleur Journal du Bâtiment et des TP en Rhône-Alpes - 21/10/2020	185
PAREDES/FRANÇOIS THUILLEUR Entretien Textile - 01/11/2020	186
PAREDES Bâtiment Entretien - 01/11/2020	187
Simon Paredes passe le témoin à François Thuilleur Bâtiment Entretien - 01/11/2020	188
PAREDES Paredis Elite, champagne pour la nouvelle collection ! Bâtiment Entretien - 01/11/2020	189
MOUVEMENTS Lyon Décideurs - 01/11/2020	190

FRANÇOIS THUILLEUR NOMMÉ PRÉSIDENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION DE PAREDES Le Journal des Entreprises Rhône - Rhône - 01/11/2020	191
PAREDES Protection individuelle et collective - 01/11/2020	192
LOUIS DE: LAMBERT Protection individuelle et collective - 01/11/2020	193
François Thuilleur Face au Risque - 01/11/2020	194
PAREDES / FRANÇOIS THUILLEUR Entretien Textile - 01/11/2020	195
L'expertise Paredes : promouvoir les bonnes pratiques pour maîtriser les risques infectieux, les coûts et la qualité perçue Hospitalia.fr - 04/11/2020	196
Paredes ouvre à Montpellier La Croix du Midi - 06/11/2020	197
Hygiène et protection professionnelles Hérault Juridique & économique - 12/11/2020	198
UniHA et l'AP-HM lauréats des Trophées 2020 de la commande publique techopital.com - 19/11/2020	199
Une première agence pour Paredes services-proprete.fr - 30/11/2020	201
Sénart: LaSalle Investment Management loue 50% de sa plateforme S-One Immo Hebdo - 02/12/2020	203
Paredes remporte un gros marché avec Total Bref Eco Auvergne Rhône-Alpes - 09/12/2020	204
Paredes remporte l'équipement hygiène et entretien des stations Total Am-today.com - 23/12/2020	205
Paredes obtient la médaille or d'Ecovadis services-proprete.fr - 23/12/2020	206
François Thuilleur Journal du Bâtiment et des TP en Rhône-Alpes - 24/12/2020	207



DELPHINE DORÉ

PAREDES



Delphine Doré est nommée directrice marketing et achat du groupe Paredes. Forte de vingt années d'expérience acquises au sein de grands

groupes de renom, Delphine Doré a participé à la définition et à la mise en œuvre de stratégies marketing et business développement au sein d'entreprises industrielles comme Legrand, Somfy, Sonepar France ou encore Johnson Controls Hitachi Air Conditioning Europe. Delphine Doré est diplômée de l'École supérieure de commerce de la Rochelle (17). Elle est sortie major de promotion d'un DESS/Master 2 Gestion de la technologie et de l'innovation de l'UTC de Compiègne (60). Elle est aussi titulaire du certificat DUA (Diriger une activité) de l'EM Lyon Business School.

TRANSITION SOCIALE ET ÉCOLOGIQUE

Salariés, clients, fournisseurs... tous égaux responsables

→ S'engager dans la RSE et conduire son entreprise de manière écoresponsable revient d'abord à bâtir un contrat de confiance avec ses salariés, ses clients, mais aussi ses fournisseurs. Au sein des entreprises de propreté, la démarche s'est structurée progressivement autour des engagements RH, de l'accompagnement des salariés, de l'empreinte environnementale, mais également de l'économie circulaire. Des valeurs qui doivent être portées par les dirigeants et relayées par l'encadrement au risque de se diluer dans l'air du temps.

Portée, voire impulsée par un jeune président qui a toujours associé étroitement stratégie de développement et engagements environnementaux et sociétaux, la RSE est au cœur des organisations au sein de Derichebourg Multiservices. Comme le souligne Delphine Esculier, la directrice RSE du groupe : « Ces engagements sont étroitement liés aux principaux enjeux de l'entreprise. La direction RSE travaille avec l'ensemble des acteurs de l'entreprise pour définir la stratégie face aux enjeux à relever. Le comité RSE, constitué des services RH, RSE et secrétariat général, a pour but d'accompagner le pilotage et le suivi de la mise en place des différentes actions de la stratégie RSE. La fonction RSE est montée en puissance au cours des dernières années et, depuis septembre 2018, une stratégie RSE, appelée concrètement responsable 2022, qui se décline au travers d'une feuille de route accompagne toutes nos actions. » Au-delà de la direction RSE proprement dite, qui compte aujourd'hui cinq collaborateurs, les relais sont les acteurs des filiales pour être au plus près des acteurs opérationnels.

QUATRE GRANDS PRINCIPES

« L'enjeu est d'installer et de faire progresser les quatre grands engagements définis : s'affirmer comme un "employeur engagé", installer une "relation de confiance" avec nos partenaires (salariés, clients et fournisseurs), "réduire l'empreinte environnementale" et s'imposer comme un "acteur de l'économie circulaire", explique Delphine Esculier. Ces quatre grands principes se déclinent au travers de très nombreuses actions. Dans le domaine RH, l'objectif est de favoriser l'emploi et de valoriser le capital humain à travers le recrutement, la formation et l'insertion. Au quotidien, le groupe pratique des achats responsables et évalue ses partenaires sur leurs engagements environnementaux mais également éthiques. « Chez nos clients, nous installons notre programme "excellence de service" pour lequel un millier de nos salariés ont été formés afin de passer d'une logique de prestation de nettoyage à celle d'expérience client. Certains clients ont souhaité aller plus loin en demandant que nos collaborateurs soient formés par l'école de Lausanne. Nous sommes dans une véritable démarche d'acculturation qui touche tous les niveaux hiérarchiques » ajoute-t-elle.



S'imposer comme un « employeur engagé » implique la mise en œuvre de bonnes pratiques environnementales mais également en termes de qualité de vie au travail. (Derichebourg)



20 % DE CHIMIE ÉCOLABELISÉE

Sur le volet environnemental, l'entreprise va poursuivre sur sa lancée en matière de produits écoresponsables – aujourd'hui plus de 20 % de la chimie utilisée est écolabelisée, de mises en œuvre de solutions moins gourmandes en eau et en énergie et de choix de technologies innovantes pour le traitement des déchets. « Nous nous concentrons également sur nos émissions de gaz à effet de serre (Ges) qui représente un enjeu important. De nos jours, 5 % de notre parc automobile est électrique et nous allons poursuivre dans le cadre d'une politique plus globale de gestion de flotte. Des plans de déplacements sont en train de se mettre en place dans certaines zones comme Créteil ou Toulouse.

La démarche va au-delà de simples choix liés à l'entreprise, nous devons aussi être en mesure de circuler, donc de travailler dans des zones de circulations restreintes qui se multiplient aujourd'hui dans les centres urbains » conclut la directrice RSE de Derichebourg Multiservices. ■



Derichebourg : la SST au cœur de la RSE

La qualité de vie au travail des agents de service passe d'abord par une prise en compte de la santé et de la sécurité des collaborateurs et une meilleure gestion des risques. Derichebourg Multiservices qui travaille déjà depuis de nombreuses années sur la santé et sécurité au travail affiche un taux d'accidents en baisse régulière et s'engage en matière de prévention. Des modules de e-learning sur Prévention de chutes, première cause d'accident, les TMS, mais également des risques psychosociaux ont notamment été mis en place cette année. L'entreprise a également organisé, avec le concours de Louis Radius, médaillé olympique et ambassadeur Derichebourg, des sessions d'échauffement avant la prise de poste ainsi que des activités sportives.

LE SYSTÈME SCANDIC X

80 - 120 cm

Surfaces

120 - 140 cm

Sols

171 cm

Vitrierie

Un manche pour tout : Compatible avec tous les accessoires de VERMOP ou de nombreuses autres marques X-trème : Une seule touche pour atteindre la longueur de travail voulue - de 80 cm à 171 cm
Ergonomie : Boule rotative et réglage simple sans torsion des poignets

VERMOP France SARL - 8, allée de l'aloquette - 93420 Villepinte
Tél +33 1 48 63 81 87 - info@vermop.fr - www.vermop.fr

Entreprises de propreté : vers une transition verte et sociétale



Gaétan Brée, responsable HSE et RSE du groupe Paredes. (DR)



Des fournisseurs aux côtés des entreprises de propreté

Paredes, fer de lance de l'économie de la fonctionnalité

« Aujourd'hui, les produits issus des usines Paredes de transformation de ouate pour l'essuyage sont à 99 % certifiés écolabels. Plus de 150 des produits de l'entreprise sont écolabellisés (Écocert et Écolabel). Mais pour aller plus loin, nous souhaitons mettre en avant l'économie de la fonctionnalité qui se définit comme un système privilégiant l'usage plutôt que la vente d'un produit. Les questions de logistique, de stockage et d'emballage ne sont, par exemple, plus du ressort du client. Nous assurons l'installation des appareils selon un planning défini par notre conseiller en accord avec nos clients et maintenons en permanence le bon état de fonctionnement du parc de distributeurs. Autre enjeu en matière de RSE dans les années à venir : la réduction voire la disparition du plastique. Dans cette démarche, Paredes a développé un concept de bobine d'essuie-mains rouleaux 100 % "sans plastique" qui s'adapte dans la nouvelle collection Paredis Style. En effet, les embouts autrefois en plastique sont désormais conçus en cellulose moulée » note Gaétan Brée, responsable HSE et RSE de Paredes. ■

Du mécénat culturel au mécénat social



À l'instar de tous les grands groupes industriels ou de services, Derichebourg a aussi fait le choix de s'investir sur le champ social. Avec un président qui revendique ses engagements philanthropiques, le groupe conduit de nombreuses actions citoyennes en partenariat avec de nombreuses associations. C'est le cas par exemple avec Le Rire médecin, Simplon.co ou encore Sport dans la ville qui, dans des domaines différents, œuvrent pour l'insertion et mènent des actions sociales. L'objectif étant toujours d'associer les salariés à ces démarches RSE. « À titre d'exemple, nous avons mis en place l'arrondi de salaire en expliquant sa finalité à nos collaborateurs. Qu'il s'agisse d'insertion par le sport ou d'actions de solidarité, comme nous le faisons avec les jouets en période de Noël, l'enjeu est aussi d'expliquer à nos salariés qu'eux-mêmes, ou leurs proches, peuvent être les bénéficiaires des actions menées avec les associations. Nous voulons mettre en place un véritable cercle vertueux » argumente Delphine Esculier, directrice RSE de Derichebourg Multiservices.



Ekoklean, pionnière de l'écoresponsabilité

Lorsqu'elle a créé son entreprise en 2005, Chrystèle Gimaret ne s'est pas demandé comment elle pourrait accompagner Ekoklean – Artupox à l'origine – dans une démarche vertueuse en matière d'environnement et de RSE.

Elle a abordé la question de façon bien différente en se fixant des prérequis : travailler avec des produits écolabels, ne pas investir dans la logistique et les véhicules mais se faire livrer directement chez le client, donner de la visibilité à ses agents en privilégiant le temps plein et le travail en journée...

Presque quinze ans plus tard, la PME parisienne – qui a développé une activité en Suède, au Danemark et depuis peu au Canada – est restée fidèle à sa ligne directrice. Les quelque 140 collaborateurs travaillent en journée, dans la lumière, chez des clients qui partagent l'engagement écologique et sociétal de son prestataire. Loin de casser les prix, la patronne d'Ekoklean, qui vient de recevoir le prix de la « Femme d'affaires 2019 » décerné par la maison Veuve Cliquot, se targue d'une rentabilité nettement supérieure à celle du secteur de la propreté, et prouve qu'une PME peut parfaitement tirer son épingle du jeu en allant au bout de sa logique écoresponsable.

Prochaine étape ? Une montée en puissance de la digitalisation et de l'automatisation, pour décharger ses salariés des tâches pénibles et répétitives et mieux organiser leurs déplacements.

La société parisienne Ekoklean décline son savoir-faire en Suède, au Danemark et désormais au Canada. (Ekoklean)



CARNET

PAREDES



Jean-François Cammarata, vient d'être nommé directeur industriel du groupe **Paredes**. Il aura pour principale mission

d'accélérer la montée en puissance de « SFC Panadayle », l'usine basée à Genas et filiale du groupe, et comme priorité de renforcer les synergies et les échanges de bonnes pratiques avec « Panadayle Mapedo », l'autre site industriel de transformation de ouate que possède Paredes à Lucca (Italie). Jean-François Cammarata est un spécialiste de l'industrie chimique, pharmaceutique et agroalimentaire. Il possède vingt-cinq ans d'expériences acquises au sein de groupes industriels réputés. Il est diplômé de l'École des mines de Saint-Étienne comme ingénieur en génie industriel.



PRODUITS D'HYGIÈNE ET D'ENTRETIEN

Un marché de 4 M€ pour Paredes dans la santé

Le groupe Ramsay Santé a choisi le fabricant et distributeur Paredes pour équiper et approvisionner une majorité de ses établissements.

Après avoir décroché le marché UniHA pour un montant de 70 M€ cet été, le groupe Paredes poursuit son développement dans l'univers de la santé en rapportant l'appel d'offres lancé par un grand acteur privé de ce secteur. L'entreprise lyonnaise a en effet été sélectionnée par le groupe Ramsay Santé comme partenaire pour la fourniture de produits d'entretien, d'hygiène des mains et de récupération des déchets, notamment ceux à risques, au sein de certains de ses établissements d'hospitalisation privée. Ce nouveau contrat, d'un montant de quatre millions d'euros, porte sur la fourniture de produits d'hygiène et de protection professionnels auprès de la majorité de ses établissements dans les métiers de la médecine/chirurgie/obstétrique, des soins de suite et de réadaptation et de la santé mentale. Effectif depuis le 1^{er} juin 2019, ce contrat se clôturera en 2023. ■



Contrat d'envergure dans la santé pour Paredes

Dans le cadre de sa stratégie « d'hyper-spécialisation », le groupe **Paredes** a été sélectionné par Ramsay Santé pour devenir son partenaire hygiène jusqu'en 2023. Le groupe **Paredes**, un des principaux acteurs de la distribution hygiène et propreté en France, a remporté l'appel d'offres lancé par Ramsay Santé. Il est son partenaire pour la fourniture de produits d'entretien, d'hygiène des mains et de récupération des déchets, notamment ceux à risques, au sein de certains de ses établissements d'hospitalisation privée.

D'un montant de 4 M€, ce nouveau contrat (2019-2023) porte sur la fourniture de produits d'hygiène et de protection professionnelles auprès de la majorité des établissements Ramsay dans les métiers de la médecine/chirurgie/obstétrique, des soins de suite et de réadaptation et de la santé mentale. « Le gain de cet appel d'offres conforte la stratégie d'hyper-spécialisation dans laquelle nous nous sommes engagés il y a plus d'un an. Il traduit le professionnalisme et l'expertise de nos équipes et vient renforcer, après le méga contrat d'UniHA, notre place de numéro 1 de l'hygiène professionnelle dans le secteur de la santé », se félicite **François Thuilleur**, directeur général du groupe.

Ramsay Santé, qui travaille depuis trente ans avec **Paredes**, s'appuie sur les produits de la gamme Green pour répondre notamment aux enjeux environnementaux. En effet, l'industriel emploie une ouate recyclée, certifiée ecolabel, et sa dernière gamme de distributeurs propose des rouleaux essuie-mains 100% recyclables. **Paredes** a également mis à disposition du spécialiste de l'hospitalisation privée des outils de pilotage opérationnel pour évaluer et optimiser la consommation de ses produits d'hygiène, ainsi qu'une logistique révisée visant à réduire et maîtriser le nombre de ses commandes annuelles.

Paredes séduit l'univers de la santé

Après avoir décroché le marché UniHA (1er acheteur public français avec plus de 3,8 milliards d'euros) pour un montant de 70 M€ à l'été 2019, le groupe Paredes (François Thuilleur / CA : 190 M€ / 650 salariés dont 200 dans la région) creuse son sillon dans l'univers de la santé et décroche l'appel d'offres lancé par Ramsay Santé. Il devient fournisseur de produits d'entretien, d'hygiène des mains et de récupération des déchets, notamment ceux à risques, au sein de certains de ses établissements d'hospitalisation privée, un contrat d'un montant de 4 millions d'euros, lequel court jusqu'en 2023. ■



Paredes renforce ses équipes dirigeantes côté supply chain

par Emilien VILLEROY



Paredes , spécialiste sur le marché de l'hygiène, annonce plusieurs changements au sein de ses équipes opérationnelles avec, notamment, un nouveau directeur supply chain.

Spécialiste sur le marché de l'hygiène et de la protection professionnelles, **Paredes** poursuit ses efforts de développement entamés il y a quelques années avec son plan stratégique #DEFI2022. Ce plan passe par une transformation de son schéma logistique, symbolisé par l'ouverture du stock central de Saint-Quentin Fallavier (38), qui permet à **Paredes** d'augmenter la satisfaction client. Et pour y parvenir, le groupe va connaître un renforcement et une restructuration de ses équipes dirigeantes.

Denis Berthier est ainsi nommé au poste de directeur supply chain et organisation du groupe. Il sera notamment chargé du suivi du plan #DEFI2022. Denis Berthier a précédemment eu l'occasion de piloter des chaînes de distribution BtoB et BtoC, ayant notamment été directeur supply chain de Feu Vert avant de passer par le groupe Brossette, aux postes de directeur supply chain, puis de l'organisation.



Paredes | Denis Berthier

Bruno Perrin passe lui à la direction de la division logistique et transport, avec pour mission d'orchestrer les processus supply chain pour le groupe, avec plus de 1 450 commandes livrées par jour et une capacité de stockage de 60 000 palettes. Des flux en développement, avec des projets de cross-docking, d'évolution de la flotte de

véhicules ou encore la mise en place de partenariats stratégiques.

Enfin, pour poursuivre ses développements dans la région Centre-Est, le groupe a promu Frédéric Nicolini au poste de directeur régional Centre-Est, remplaçant à ce poste **François Thuilleur**, le directeur général de l'entreprise.

« Je me réjouis des promotions de nos talents en interne et du recrutement de talents externes pour accompagner l'accélération de notre plan #DEFI2022, signe du dynamisme et de l'attractivité du projet **Paredes**. Plus que jamais notre priorité est de toujours mieux satisfaire nos clients et d'être reconnu comme la référence de l'hygiène professionnelle en France et en Italie », détaille **François Thuilleur**, directeur général de **Paredes**.



Nouveaux noms dans la supply chain de Parades



Ces changements, opérés notamment au niveau du comité exécutif de l'entreprise, visent à répondre et à soutenir la dynamique de croissance du groupe, illustrées notamment par les signatures récentes d'importants contrats, tels que UniHA (10 M€ par an) et le groupe Ramsay Santé (4 M€ par an).

Denis Berthier est nommé au poste de directeur supply chain et organisation. Il aura également en charge la coordination et le suivi du plan #DEFI2022. Spécialiste de la Supply Chain, il a piloté des chaînes logistiques dans les milieux exigeants de la distribution B2B et B2C, notamment chez Feu Vert (entretien auto du groupe Monnoyeur) ou de Brossette (plomberie-chauffage).

Avec l'ouverture du stock central de 20 000m² de Saint-Quentin Fallavier (38), **Parades** affiche d'ores et déjà des résultats forts en termes de convergence vers un taux de 0 rupture et vise un pourcentage à 95% d'OTIF « On Time In Full », indicateur qui mesure la capacité de la supply chain à délivrer les commandes clients complètes à la date souhaitée par le client.

Bruno Perrin prend en charge la direction de la division logistique et transport. Il aura en charge l'orchestration des processus supply chain gérant, à l'échelle du groupe, plus de 1 450 commandes livrées par jour et une capacité de stockage de 60 000 palettes. A ce poste, il aura également pour mission de mener à bien l'ensemble des chantiers stratégiques logistiques comme le cross-docking, l'évolution de la flotte de véhicules ou encore la mise en place de partenariats stratégiques.

François Nicolini est promu au poste de directeur régional centre-Est (zone de développement historique), ex-dirigeant commercial expérimenté sur le marché de l'hygiène professionnelle chez PLG ou Orapi.



Paredes en avance sur ses objectifs, revoit ? la hausse ses ambitions

Par Le Figaro avec AFP Le distributeur de produits d'hygiène professionnelle **Paredes** est en avance sur les objectifs qu'il s'était fixés, s'est réjoui mercredi son directeur général François Thuilleur, qui a pu revoir ? la hausse ses ambitions.

Sur les deux dernières années, l'excédent brut d'exploitation de la société basée ? Genas, près de Lyon, s'est amélioré de 5 millions d'euros, a indiqué François Thuilleur dans un entretien avec l'AFP. Le responsable, nommé il y a deux ans pour redynamiser cette ?belle endormie?, espère donc atteindre un EBE représentant 6,5% des ventes en 2022, soit un point de plus que prévu au moment du lancement de son plan stratégique. ?On a fait ce qu'on avait dit, et même un peu plus pour ce qui est de la rentabilité?, a-t-il noté.

Paredes va notamment commencer ? recueillir cette année les fruits des deux très gros contrats décrochés ces derniers mois. Le groupe familial a en effet ?piqué l'intégralité du marché? des distributeurs d'essuie-mains passés par les hôpitaux français jusqu'ici détenu par le géant américain Kimberly-Clark. Un marché de 70 millions d'euros sur sept ans pour fournir les 870 hôpitaux publics français. Et dans le privé, **Paredes** a signé un contrat de 4 millions d'euros par an avec le numéro un français Ramsay Générale de Santé.

Le ?made in France? - **Paredes** fabrique ses produits ? base d'ouate dans son usine de Genas - ?a été un critère important pour eux?, note François Thuilleur. L'impact financier de ces contrats se verra dès cette année. Le chiffre d'affaires qui stagnait depuis une dizaine d'années ?va augmenter de manière assez conséquente?, promet-il. Pour améliorer sa logistique, **Paredes** vient par ailleurs d'inaugurer un nouvel entrepôt ? Saint-Quentin-Fallavier (Isère) en grande banlieue lyonnaise, avec ? la clef 25 créations d'emplois. ?L'objectif est d'éviter les ruptures d'approvisionnement?, le groupe ayant ?rigé en priorité la satisfaction de ses clients.

Dégageant un cash-flow positif, l'entreprise va investir cette année 10 millions d'euros: 2 millions dans son outil informatique, 2 autres millions en logistique et 1,5 million pour moderniser son usine de Genas. Le solde correspond au coût de l'installation de 100.000 distributeurs d'essuie-mains dans le cadre du contrat avec les hôpitaux. 2020 est aussi pour **Paredes** la première année de la mise en place de la règle des trois tiers: ses résultats sont désormais répartis ? ?galité entre actionnaires, salariés et l'entreprise. ?Ca va représenter des sommes très importantes ? la fin du plan stratégique dans trois ans?, a laissé entendre M. Thuilleur.



Paredes en avance sur ses objectifs, revoit à la hausse ses ambitions AFP • 22/01/2020 à 18:37

Le distributeur de produits d'hygiène professionnelle **Paredes** est en avance sur les objectifs qu'il s'était fixés, s'est réjoui mercredi son directeur général **François Thuilleur**, qui a pu revoir à la hausse ses ambitions. null

Paredes en avance sur ses objectifs, revoit à la hausse ses ambitions

Lyon, 22 janv. 2020 (AFP) -

Le distributeur de produits d'hygiène professionnelle Paredes est en avance sur les objectifs qu'il s'était fixés, s'est réjoui mercredi son directeur général François Thuilleur, qui a pu revoir à la hausse ses ambitions.

Sur les deux dernières années, l'excédent brut d'exploitation de la société basée à Genas, près de Lyon, s'est amélioré de 5 millions d'euros, a indiqué M. Thuilleur dans un entretien avec l'AFP.

Le responsable, nommé il y a deux ans pour redynamiser cette "belle endormie", espère donc atteindre un EBE représentant 6,5% des ventes en 2022, soit un point de plus que prévu au moment du lancement de son plan stratégique.

"On a fait ce qu'on avait dit, et même un peu plus pour ce qui est de la rentabilité", a-t-il noté.

Paredes va notamment commencer à recueillir cette année les fruits des deux très gros contrats décrochés ces derniers mois.

Le groupe familial a en effet "piqué l'intégralité du marché" des distributeurs d'essuie-mains passé par les hôpitaux français jusqu'ici détenu par le géant américain Kimberly-Clark. Un marché de 70 millions d'euros sur sept ans pour fournir les 870 hôpitaux publics français.

Et dans le privé, Paredes a signé un contrat de 4 millions d'euros par an avec le numéro un français Ramsay Générale de Santé.

Le "made in France" - Paredes fabrique ses produits à base d'ouate dans son usine de Genas - "a été un critère important pour eux", note M. Thuilleur.

L'impact financier de ces contrats se verra dès cette année. Le chiffre d'affaires qui stagnait depuis une dizaine d'années "va augmenter de manière assez conséquente", promet-il.

Pour améliorer sa logistique, Paredes vient par ailleurs d'inaugurer un nouvel entrepôt à Saint-Quentin-Fallavier (Isère) en grande banlieue lyonnaise, avec à la clef 25 créations d'emplois. "L'objectif est d'éviter les ruptures d'approvisionnement", le groupe ayant érigé en priorité la satisfaction de ses clients.

Dégageant un cash-flow positif, l'entreprise va investir cette année 10 millions d'euros: 2 millions dans son outil informatique, 2 autres millions en logistique et 1,5 million pour moderniser son usine de Genas. Le solde correspond au coût de l'installation de 100.000 distributeurs d'essuie-mains dans le cadre du contrat avec les hôpitaux.

2020 est aussi pour Paredes la première année de la mise en place de la règle des trois tiers: ses résultats sont désormais repartis à égalité entre actionnaires, salariés et l'entreprise. "Ca va représenter des sommes très importantes à la fin du plan stratégique dans trois ans", a laissé entendre M. Thuilleur.

fga/dfa/eb

KIMBERLY CLARK | RAMSAY HEALTH CARE | GENERALE DE SANTE

Afp le 22 janv. 20 à 18 37.



Un contrat à 4 millions pour Paredes

Le spécialiste de l'hygiène et protection, installé à Genas, a annoncé avant les fêtes avoir remporté un appel d'offres à 4 millions d'euros : l'entreprise dirigée par François Thuilleur a signé avec le groupe Ramsay Santé pour fournir ses produits « *auprès de la majorité de ses établissements dans les métiers de la médecine-chirurgie-obstétrique, des soins de suite et de réadaptation et de la santé mentale* ». Un contrat qui court jusqu'en 2023.



■



Paredes envisage l'avenir avec sérénité

L'entreprise lyonnaise Paredes a inauguré ce mardi 21 janvier son nouveau site de Saint-Quentin-Fallavier. Une expansion de plus pour cette entreprise familiale qui ne cesse de croître.

Violaine BUGNARD

« Le hub Paredes, c'est le centre névralgique de l'entreprise. Lieu d'échange de marchandises et d'idées. En quelques mots, voici ici présenté par François Thuilleur, son directeur général, le nouveau site de l'entreprise Paredes (basée à Genas dans le Rhône), installé dans la zone industrielle de Saint-Quentin-Fallavier. Paredes conçoit, fabrique et distribue des produits et des solutions en matière d'hygiène et de protection professionnelles. Le site a été inauguré ce mardi 21 janvier. L'occasion pour la société de se réjouir de ses récents succès. Concrètement, ce site est un gigantesque espace de stockage de 15 000 m², avec près de 21 000 palettes disponibles. « Nous avons neuf sites de distribution régionaux dans lesquels on entrepose des produits à forte rotation, c'est-à-dire qui sont très demandés », précise François Thuilleur. « Cela représente 95 % de nos ventes. À Saint-Quentin-Fallavier, ce sont des produits à faible rotation qui sont stockés. Ils peuvent être envoyés dans toute la France. Cela permet d'éviter la rupture de stock et le vieillissement des produits, c'est un vrai appui logistique. » En fonctionnement depuis le printemps

2019, le site emploie 15 personnes en tant que magasiniers et 10 en logistique.

Une entreprise familiale créée en 1942 Une entreprise familiale créée en 1942

Une partie du site est également consacrée à la formation. L'Université Paredes, comme elle est appelée, forme les collaborateurs de la société, afin de les faire devenir « experts dans leur domaine. Nos clients ont besoin de conseils et c'est ce que nous cherchons à leur donner. Dans un second temps, nous formerons directement nos clients. »

François Thuilleur décrit Paredes comme « une petite entreprise familiale qui monte tranquillement ». Paredes a été créée en 1942, à Lyon, par un émigré espagnol, qui développe une société de chiffonnier. L'entreprise connaît un immense essor lorsqu'elle est reprise par André Lerond, gendre du fondateur et illustre capitaine de l'Olympique Lyonnais.

Fournisseur unique des hôpitaux français Fournisseur unique des hôpitaux français

« C'était un visionnaire, qui a abandonné le tissu pour passer à la ouate. Il a inventé la première bobine d'essuyage en 1966 avant de

créer un distributeur d'essuie-mains.

Il fournissait tous les hôpitaux français et a racheté de nombreux concurrents. À l'époque, il vendait près de 20 000 produits à usage unique par an. »

Aujourd'hui Paredes vend 6 000 solutions produits, ayant rajouté à sa gamme des produits chimiques. Son chiffre d'affaires est de 190 millions d'euros. Et cela devrait évoluer, puisque la société vient d'être référencée par les hôpitaux français comme fournisseur unique, place remportée face à un géant américain.



Des milliers de produits sont stockés dans les 15 000 m² du nouveau site de Paredes. Photo DL/V. B



Saint-Quentin-Fallavier | Économie Paredes envisage l'avenir avec sérénité

L'entreprise lyonnaise **Paredes** a inauguré ce mardi 21 janvier son nouveau site de Saint-Quentin-Fallavier. Une expansion de plus pour cette entreprise familiale qui ne cesse de croître.

| Vu 1 fois

<https://cdn-s-www.leprogres.fr/images/76CFAFFA-8FF7-4BFD-810F-ED65788414A2/FB1200/photo-1579731297.jpg>

**190**

L'entreprise française Paredes réalise un chiffre d'affaires de 190 millions d'euros par an. « Nous reversons un tiers de nos bénéfices à nos collaborateurs, un tiers à nos actionnaires et un tiers est réinvesti pour le fonctionnement de la société »explique François Thuilleur, directeur général. ■



SAINT-QUENTIN-FALLAVIER LE NOUVEAU SITE A ÉTÉ INAUGURÉ CE MARDI 21 JANVIER MAIS FONCTIONNE DÉJÀ DEPUIS LE PRINTEMPS 2019

Paredes envisage l'avenir avec sérénité

L'entreprise lyonnaise Paredes a inauguré ce mardi 21 janvier son nouveau site de Saint-Quentin-Fallavier. Une expansion de plus pour cette entreprise familiale qui ne cesse de croître.

« Lhub Paredes, c'est le centre névralgique de l'entreprise. Lieu d'échange de marchandises et d'idées. » En quelques mots, voici ici présenté par François Thuilleur, son directeur général, le nouveau site de l'entreprise Paredes (basée à Genas dans le Rhône), installé dans la zone industrielle de Saint-Quentin-Fallavier. Paredes conçoit, fabrique et distribue des produits et des solutions en matière d'hygiène et de protection professionnelles. Le site a été inauguré ce mardi 21 janvier, en présence de nombreux partenaires. L'occasion pour la société de se réjouir de ses récents succès. Concrètement, ce site est un gigantesque espace de stockage de 15 000 m² avec près de 21 000 palettes disponibles. « Nous avons neuf sites de distribution régionaux dans lesquels on entrepose des produits à forte rotation, c'est-à-dire qui sont très demandés » précise François Thuilleur. « Cela représente 95 % de nos ventes. À

Saint-Quentin-Fallavier, ce sont des produits à faible rotation qui sont stockés. Ils peuvent être envoyés dans toute la France. Cela permet d'éviter la rupture de stock et le vieillissement des produits, c'est un vrai appui logistique. » En fonctionnement depuis le printemps 2019, le site emploie 15 personnes en tant que magasiniers et 10 en logistique.

Une entreprise familiale créée en 1942

Une partie du site est également consacrée à la formation. L'Université Paredes, comme elle est appelée, forme les collaborateurs de la société, afin de les faire devenir « experts dans leur domaine. Nos clients ont besoin de conseils et c'est ce que nous cherchons à leur donner. Dans un second temps, nous formerons directement nos clients. » François Thuilleur décrit Paredes comme « une petite entreprise familiale qui monte tranquillement » Paredes a été créée en 1942, à Lyon, par un émigré espagnol, qui développe une société de chiffonnier. Mais l'entreprise connaît un immense essor lorsqu'elle est reprise par André Lerond, gendre du fondateur et illustre capitaine de l'Olympique

Lyonnais.

Fournisseur unique des hôpitaux français

« C'était un visionnaire, qui a abandonné le tissu pour passer à la ouate. Il a inventé la première bobine d'essuyage en 1966 avant de créer un distributeur d'essuie-mains. Il fournissait tous les hôpitaux français et a racheté de nombreux concurrents. À l'époque, il vendait près de 20 000 produits à usage unique par an. » Aujourd'hui Paredes vend 6 000 solutions produits, ayant rajouté à sa gamme des produits chimiques. Son chiffre d'affaires est de 190 millions d'euros. Et cela devrait évoluer, puisque la société vient d'être référencée par les hôpitaux français comme fournisseur unique, place remportée face à un géant américain. « Cela nous assure 10 millions d'euros par an pendant sept ans », se réjouit François Thuilleur. ■

**190**

L'entreprise française Paredes réalise un chiffre d'affaires de 190 millions d'euros par an. « Nous reversons un tiers de nos bénéfices à nos collaborateurs, un tiers à nos actionnaires et un tiers est réinvesti pour le fonctionnement de la société »explique François Thuilleur, directeur général. ■



Parades muscle sa Supply Chain dans le cadre de son plan DEFI 2022



Le Groupe **Parades**, spécialiste français du marché de l'hygiène et de la protection professionnelle vient de nommer Denis Berthier au poste de directeur Supply Chain et Organisation du groupe. Denis Berthier a été successivement Directeur Supply Chain de Feu Vert et directeur Supply Chain, puis directeur de l'Organisation du Groupe Brossette. Sa nomination s'inscrit dans le déploiement de l'un des axes stratégiques forts du plan de développement. Avec l'ouverture du stock central de 20.000 m² de Saint-Quentin Fallavier (38), **Parades** s'est fixé un objectif 0 rupture. Autre nomination chez Parades : Bruno Perrin qui prend en charge la direction de la Division Logistique et Transport. Il aura en charge l'orchestration des processus Supply Chain gérant, à

l'échelle du groupe, plus de 1.450 commandes livrées par jour et une capacité de stockage de 60.000 palettes.

Photo : Denis Berthier



Nomination **Paredes se dote d'un directeur Supply Chain et Opérations**

Fabricant et distributeur de produits d'hygiène et de protection professionnelle, le groupe **Paredes** a récemment renforcé ses instances dirigeantes et opérationnelles afin de soutenir le déploiement de son plan stratégique #DEFI2022. Un poste de directeur Supply Chain et Opérations a été créé et confié à Denis Berthier, qui rejoint ainsi le Comité Exécutif de ce groupe lyonnais (190 M€ de CA, 650 collaborateurs et quelque 25 000 clients en France et en Italie). Depuis 4 ans, celui-ci officiait en tant que directeur Supply Chain du réseau d'entretien automobile Feu Vert. Auparavant, il avait notamment exercé une douzaine d'années au sein du groupe Brossette, négociant et distributeur privilégié des plombiers-chauffagistes, successivement comme directeur SC & Qualité, puis directeur Performance opérationnelle, et enfin directeur Organisation et Projets de 2012 à 2014. Chez **Paredes**, sa mission est notamment de piloter le nouveau plan stratégique, qui vise à soutenir la croissance du groupe (illustrée par de récents contrats avec UniHA, 10 M€/an, ou le groupe Ramsay Santé, 4 M€/an). Ce plan vise l'excellence du service, avec un objectif de zéro rupture et d'OTIF à 95%, et repose sur une transformation de son schéma logistique via une nouvelle articulation entre l'échelon national et régional (voir [NL 2933](#)). L'orchestration des processus SC au quotidien (1 450 commandes livrées/j) et la mise en œuvre des différents chantiers logistiques de **Paredes** reposeront également sur les épaules de Bruno Perrin, qui avait intégré le groupe il y a un an et assure désormais la direction de sa Division Logistique et Transport. Rattaché à Denis Berthier, il a notamment pour mission de déployer le principe de cross-docking sur les plateformes régionales, de poursuivre la modernisation de la flotte de véhicules ou de développer de nouveaux partenariats stratégiques. **MR**





Distribution de produits d'hygiène. La bonne année 2019 de Paredes



La croissance est au rendez-vous pour le distributeur de produits et solutions d'hygiène qui tire le bilan de la 1ère année de son « #DEFI 2022 ».

Tout juste un an après avoir présenté son projet d'entreprise, « #DEFI 2022 », le groupe **Paredes**, par la voix de son directeur général, **François Thuilleur**, fait le bilan d'une première année très prometteuse. « Nous avons bien travaillé en 2019 ! Un peu mieux que nos prévisions puisque nous affichons pour 2019 un excédent brut d'exploitation (EBE) de plus de 5 M d'€, soit 1,3%, alors que nos projections étaient de 1%. Nous pouvons donc réviser nos objectifs à la hausse pour les eux années à venir. La rentabilité, avec la satisfaction clients, était notre priorité du plan #DEFI 2022 » se félicite le dirigeant de **Paredes** qui a enregistré quelques belles réalisations.

80% de clients totalement satisfaits

La création de la nouvelle plateforme de Saint-Quentin Fallavier – inaugurée en janvier 2020 – associée à la réorganisation des forces de ventes autour de 4 pôles d'expertises (santé, industrie, EP, collectivités) a permis au groupe d'hygiène de gagner notamment les marchés UniHA (70 M€) et Ramsay Santé (4 M€). Des succès commerciaux qui ne sont pas le fruit du hasard pour **François Thuilleur**, mais remportés grâce à la mécanique de précision autour de la logistique (disponibilité des produits, livraison de commandes complètes...), mais également la qualité du service offert aux clients finaux. « 80% de nos clients se disent totalement satisfaits. Notre objectif de 85% est donc tout à fait à notre portée. En 2019 nous avons recruté 36 commerciaux et cette année nous allons investir un million d'euros pour notre nouvelle boutique en ligne qui proposera l'ensemble des 6 000 références » poursuit **François Thuilleur**.

Le groupe lyonnais qui réalise 40% de ses ventes sous sa marque, Prop, s'est engagé dans une démarche de partenariat avec des fournisseurs, mais également avec des clients grands comptes. Très engagé dans une démarche écologique depuis plusieurs années, **Paredes** produit de l'essuie-mains en rouleaux Ecolabel à partir d'une matière première issue de l'usine Lucart installée dans les Vosges, et vient de lancer sa gamme Clean Safe en partenariat avec Action Pin.

Un accord cadre avec Onet et Atalian

Côté clients, entreprises de propreté en particulier, le groupe vient de signer un accord cadre avec deux majors du secteur : One et Atalian. Une démarche qui vise à installer et développer une offre

premium en livrant la gamme sanitaire, produits, consommables et machines, directement chez le client. L'objectif pour **Paredes** est bien de concurrencer les grands loueurs de linge auprès des EP du TOP 10, sans pour autant oublier les entreprises régionales sur lesquelles le distributeur concentre également ses efforts.

Pour **François Thuilleur** le développement de l'entreprise passe bien entendu par de la croissance organique, avec une progression annuelle de 4% du chiffre d'affaires, mais aussi par la volonté de saisir des opportunités en externe, prioritairement en Ile-de-France. « Car c'est bien là que se situe le plus gros marché national. Nous serons également attentifs aux opportunités dans les pays limitrophes de la France, où certains de nos clients sont implantés. Une dynamique renforcée avec l'arrivée de deux nouvelles banques partenaires, la Caisse d'Epargne et le CIC, qui vont nous accompagner dans notre projet de développement » conclut le directeur général de **Paredes**.

Photo : Inauguration de la plateforme **Paredes** le 21 janvier 2020, **François Thuilleur** entouré de Simon et Eva **Paredes**, administrateurs du groupe. (DR)

A lire également :

- Un marché à 4 M€ pour **Paredes** dans la santé
- Un marché UniHA de 70 M€ pour **Paredes**
- **Paredes** inaugure 7 000 m² à Ensisheim

FACILITY MANAGEMENT

GRUPE PAREDES



Denis Berthier est nommé directeur supply chain & opérations et membre du comité exécutif de ce fabricant et distributeur lyonnais de produits d'hygiène et de protection professionnelle.

ESCP Europe (1989), il a notamment passé 11 ans au sein du groupe Brossette, négociant et distributeur privilégié des plombiers-chauffagistes, comme responsable contrôle de gestion groupe (2001), puis directeur supply chain et qualité (2003), directeur organisation et contrôle des procédures (2006), directeur performance opérationnelle (2009) et, enfin, directeur organisation et projets (2012). Depuis 2015, il était directeur supply chain du réseau d'entretien automobile Feu Vert.

www.executives.fr/a.asp?a=155915



NOMINATIONS

■ Denis Berthier

Nommé directeur supply-chain et organisation du groupe Paredes, spécialiste de l'hygiène et de la protection professionnelle, Denis Berthier aura en charge la coordination et le suivi du plan #DEFI2022. Il a notamment piloté des chaînes logistiques dans les milieux de la distribution BtoB et BtoC, en particulier chez Feu Vert (entretien auto du groupe Monnoyeur) ou Brossette (plomberie-chauffage).



En collaboration avec ses clients, **Paredes a développé le gant jetable TPE stretch.**

En copolymère polyéthylène, la solution est étanche, souple et possède un bon grip améliorant la préhension. Elle est adaptée aux applications nécessitant de changer fréquemment de gant, afin de respecter des règles d'hygiène strictes. Deux coloris sont disponibles : transparent et bleu. La résistance minimum à la déchirure est de 3,6 N.

L'équipement est classé dans la catégorie I des équipements de protection individuelle pour risques mineurs seulement (conformément au règlement européen 2016/425).


Hall 6 – Stand C44

**HYGIÈNE****Un tapis absorbant
à semelle adhésive
chez Paredes**

Le tapis absorbant universel Grippy, distribué par Paredes, allie confort, performance, flexibilité et hygiène, tout en apportant une alternative efficace au tapis anti-poussière. Les fibres tressées en polypropylène favorisent une rétention optimale de la saleté, du sel ou de l'humidité. Il se caractérise par son pouvoir absorbant et sa résistance aux produits chimiques ainsi qu'au passage des auto-laveuses, aspirateurs et autres appareils de ménage. Sur le plan de la sécurité, la semelle adhésive et l'absence de gondolement du tapis réduisent les risques de chutes de plain-pied, qui restent la deuxième cause d'accidents du travail. 

Hall 6 – Stand C44

**HYGIÈNE****Une mousse
antiseptique
et hypo-
allergénique
chez Paredes**

Paredes propose la mousse lavante et désinfectante pour les mains Extrasep MS Neutral aux propriétés antiseptiques et hypoallergéniques. Formulée sans colorant, sans parfum et sans phenoxyéthanol, elle se distingue par son onctuosité et son pH neutre. Sans ammoniums quaternaires, la solution permet d'obtenir une mousse ayant une bonne tolérance cutanée et une efficacité antimicrobienne à large spectre (bactéricide, levuricide et virucide). Sans EDTA, la formulation contient des tensioactifs sur bases naturelle et végétale totalement biodégradables. 

LE PLUS La solution est conforme à la norme BS EN Iso 4120 : 2007.

Hall 6 – Stand C44



CFIA 2020
224
QUALITÉ

NOUVEAUTÉS EN AVANT-PREMIÈRE

La qualité sous tous les angles

La nouvelle édition du Cfia met en avant un panel de solutions assurant l'intégrité des produits et permettant de déceler les contaminants physiques ou biologiques. De quoi renforcer le contrôle qualité.

CONTRÔLE La récente vague de rappels liée à la contamination des huîtres par les norovirus a, une fois de plus, rappelé à quel point l'économie d'une filière a pour socle la sécurité sanitaire des aliments. Ce qui demande d'être continuellement vigilant et de renforcer ses équipements de contrôle qualité. L'objectif étant de satisfaire des consommateurs, toujours plus exigeants, qui veulent un produit sûr sur le plan microbiologique, sans corps étranger mais aussi intègre. Nombreuses

L'objectif est de satisfaire des consommateurs toujours plus exigeants

sont les nouveautés qui seront mises à l'honneur lors de cette édition 2020 du Cfia. De nouveaux modèles de trieuses pondérales seront présentés avec pour point commun une conception hygiénique renforcée. C'est l'exemple de la bande modulaire articulée brevetée par Vendée Concept, qui facilite les opérations de nettoyage, et des nouveaux modèles de trieuses proposés par Bizerba et Ishida. Face au risque de contamination des matières premières, les équipements de tri se renforcent sur le plan de la détection et de la gestion des rejets, à l'instar des solutions de Tomra ou d'Optimum Sorting, ainsi que

du module de rejet indépendant Sure de PDC Concept. De leur côté, les analyseurs de gaz voient leur précision affinée et le traitement des données amélioré pour contrôler l'intégrité des produits sous atmosphère protectrice et garantir leur conservation. Le tout en facilitant le nettoyage à l'aide d'une conception plus hygiénique, comme chez Anéolia,

UN NETTOYAGE CLEAN LABEL

Les traces de résidus de produits de nettoyage peuvent aussi être sources de rappels. Les fabricants de détergents et de désinfectants Kersia et Quaron s'alignent sur la tendance du clean label, privilégiant les co-formulants d'origine végétale et biodégradables, de façon à limiter l'empreinte environnementale et à faciliter le rinçage. Tandis que pour l'hygiène des mains, Paredes propose une mousse antiseptique et hypoallergénique. Côté analyses, Dutscher propose de nouveaux kits pour faciliter la détection des salmonelles et *Listeria*, ainsi que pour la recherche des légionelles dans les eaux. En parallèle, BWT met en avant une nouvelle technologie pour réduire ce risque.

Enfin, la sécurité des opérateurs est également centrale. Illustration avec Viskase qui présentera sa solution développée en étroite collaboration avec les équipes de SCO Monique Ranou. Sa mission est de réduire les troubles musculo-squelettiques pour les opérateurs qui voient les boyaux des saucisses.  Marjolaine Cérour







Paredes Mousse antiseptique hypoallergénique

Extrasep MS Neutral de Paredes est une mousse lavante désinfectante (bactéricide, levuricide, virucide) pour les mains, hypoallergénique (formulée à base de tensioactifs doux, sans colorant, sans parfum, sans phénoxyéthanol, sans ammonium quaternaire) et de pH neutre pour la peau. Sans EDTA (molécule peu dégradable) et à base de tensioactifs naturels d'origine végétale et 100 % biodégradables, Extrasep MS Neutral respecte à la fois l'utilisateur et l'environnement. De plus, elle n'altère ni le goût, ni l'odeur des aliments conformément à la norme BS EN ISO 4120:2007.

New Pig (Paredes) Tapis absorbant

Paredes présente Grippy de New Pig, un tapis absorbant avec une semelle de sécurité très adhésive (mais facilement décollable) pour réduire les chutes et proposer une alternative au tapis anti-poussière. Extrêmement fin, il ne gêne pas l'ouverture des portes. Doté d'un fort pouvoir absorbant, il résiste aux produits chimiques, à l'auto-laveuse, à l'aspirateur et autres appareils de nettoyage. Présenté en rouleau à découper à la longueur désirée, ce tapis jetable est composé de fibres tressées en polypropylène pour une rétention optimale de la saleté, du sel ou de l'humidité.



Paredes Gants jetables

I déal pour les applications nécessitant un changement très fréquent de gants afin de respecter des règles d'hygiène strictes, le gant TPE Stretch Premium de Paredes est en copolymère polyéthylène étanche, souple avec un très bon grip et une qualité permettant une bonne préhension. Il est



classé EPI Catégorie 1 (protection de l'utilisateur contre les risques mineurs). Sans poudre, phtalate et silicone, et sans additifs et solvants pour sa fabrication, il est sans risque pour la peau. Sa résistance à la déchirure est de 3,6 N. Conçu pour offrir une alternative économique aux gants classiques, il produit 50 % de déchets en moins comparé aux gants vinyle et deux fois moins d'emballage.

LA NOUVELLE STRATÉGIE LOGISTIQUE DE PAREDES

Jacques Donnay

Adossée sur le hub qu'elle a mis en service en avril 2019, l'entreprise lyonnaise, spécialisée dans les produits et solutions d'hygiène et de protection professionnelles à usage unique, a entièrement repensé son organisation logistique et décline une nouvelle stratégie de développement ambitieuse.

François Thuilleur, directeur général de la PME lyonnaise Paredes, n'a pas encore gagné son pari, mais il a déjà pris de l'avance sur les objectifs qu'il s'était fixés. Lancé il y a deux ans, le chantier Défi 2022 prévoyait un gain d'un point d'excédent brut d'exploitation (EBE) en 2019. « Finalement, nous avons bouclé l'exercice avec 1, 3 point de progression. En deux ans, nous avons gagné 2, 6 points contre 2 points annoncés, soit 5 M€ d'amélioration », se réjouit-il. Il n'hésite donc pas aujourd'hui à revoir ses ambitions à la hausse et parie sur 6, 5 % d'EBE à l'horizon 2022, contre 5, 5 % initialement prévus.



Hub Paredes de Saint-Quentin-Fallavier

Pour relever ce challenge, le

directeur général de Paredes s'appuiera cette année sur un renforcement des investissements en France. « Nous allons engager 2 M€ dans la mise en service de notre nouveau site de e-commerce et dans l'amélioration de notre ERP. Dans le même temps, nous investirons 1, 5 M€ pour upgrader nos machines de transformation de ouate, 2 M€ dans l'acquisition de nouveaux outils pour notre logistique. Enfin, 4 M€ seront dédiés au déploiement des distributeurs Paredis Style et Elite », détaille-t-il. Paredes, qui s'appuie sur le travail de 180 commerciaux, a décidé de spécialiser ses équipes par métier. « Nous sommes passés d'un business model de généraliste à une démarche de multi-spécialiste, explique-t-il. Nous dédions désormais 80 commerciaux au développement de nos activités dans le secteur de la santé, qui représente 45 % de notre chiffre d'affaires. » Dans le même temps, 60 commerciaux se concentrent sur l'industrie (30 % du chiffre d'affaires), les autres intervenant auprès des collectivités et des acteurs de la propreté. C'est dans le cadre de cette réorganisation commerciale initiée par François Thuilleur que Paredes a décroché deux marchés majeurs dans l'univers de la santé. « Nous avons signé un contrat pluri annuel avec UniHA (Union des Hôpitaux pour les Achats), qui porte sur 10 M€ par an sur une durée de 7 ans. Cet appel d'offre concerne les 870 établissements adhérents de

l'UniHA », précise-t-il. Au même moment, Paredes a également engrangé un contrat portant sur 4 M€ par an avec le groupe Ramsay, l'un des leaders européens de la santé privée.

Fort de ces deux méga contrats, l'entreprise lyonnaise affirme sa position de leader sur le marché de la santé en France. Une situation dont François Thuilleur n'entend pas se satisfaire. L'entreprise désormais réorganisée, il se fixe maintenant un objectif de croissance ambitieux. « Tous marchés confondus, nous devrions progresser de 4 % par an au cours des trois prochaines années », pronostique-t-il.

FRANÇOIS THUILLEUR, DIRECTEUR GÉNÉRAL DE PAREDES : « UN EFFORT À L'INTERNATIONAL À PARTIR DE 2022 »

Que représente Paredes aujourd'hui ?

Nous employons 600 personnes en France et 50 en Italie. Nous avons réalisé 180 M€ de chiffre d'affaires l'année dernière et nous sommes le numéro 2 français sur le marché de l'hygiène et de la protection professionnelle. Notre catalogue compte 6 000 solutions produits et nous servons quelque 25 000 clients. Pour cela, nous pouvons nous appuyer sur 9 sites de distribution en France, 1 en Italie et sur notre stock central de Saint-Quentin-Fallavier, qui développe 20 000 m² de surface couverte.

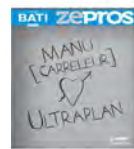
A l'international, votre présence se résume seulement à l'Italie ?

Nous avons en effet une filiale en Italie. Elle a réalisé 15 M€ de chiffre d'affaires en 2019, en croissance de 8 % par rapport à l'année précédente. Néanmoins, pour le moment, nous sommes très peu présents en dehors de l'Hexagone. Malgré tout, nous commercialisons nos produits en direct en Belgique et en Suisse, sans nous adosser sur des structures installées physiquement dans ces deux pays cependant. Mais nous devrions décliner une stratégie plus ambitieuse à partir de 2022.



En dehors de l'international, quels sont les défis que vous entendez relever à l'avenir ?

Bien avant d'accélérer à l'international, nous allons lancer dès cette année notre nouveau site e-commerce. Le lancement de ce e-shop s'inscrit dans le cadre de notre démarche de digitalisation. Demain, ce sera un élément important dans notre stratégie commerciale ; un deuxième canal de vente, complémentaire du premier, qui devrait s'installer progressivement dans les habitudes d'achat de nos clients. ■



AFNOR

Depuis le 1^{er} janvier 2020, **Anne Thomas** (47 ans) est la nouvelle directrice de la filiale formation et conseil du groupe Afnor. Elle succède à Pascal Prévost. « Je suis très heureuse de rejoindre le groupe Afnor et Afnor Compétences en particulier, à un moment clé de l'évolution de l'organisme de formation référent en véritable partenaire de la transformation des organisations, du développement et de la reconnaissance des compétences », déclare Anne Thomas, Dg d'Afnor Compétences. Elle a mené un parcours professionnel toujours orienté vers la transmission des savoirs dans des secteurs de services BtoB : formation, presse, édition, services digitaux, associatif.

DANFOSS

Division France du groupe danois Danfoss et producteur de produits et services pour le confort thermique, Danfoss Chauffage annonce l'arrivée d'**Olivier Fernandes** au poste de directeur des ventes & marketing Danfoss Chauffage France. À 52 ans, Olivier Fernandes, qui a passé une grande partie de sa carrière dans l'environnement du Bâtiment, succède à **Laurence Sottel**.

DECEUNINCK

Olivier Dirringer rejoint le groupe Deceuninck au poste de directeur commercial France du secteur Menuiserie & Fermeture. Il a pour mission de développer les activités commerciales de Deceuninck en France. Avant d'intégrer le groupe, ce Breton de souche a effectué une grande partie de sa carrière professionnelle chez Plastival, le spécialiste franc-comtois de la clôture PVC. Depuis 2017, Olivier Dirringer était directeur commercial chez Rehau.

GUILBERT EXPRESS

Michaël Barreau rejoint le groupe Guilbert Express au poste de directeur administratif et financier. À ce titre, il pilotera l'ensemble de la stratégie financière du groupe et de ses filiales. Il accompagnera donc **Didier et Philippe Guilbert**, troisième



génération de dirigeants de Guilbert Express, respectivement président et directeur général. Diplômé Essec Grande École (1997), Michaël Barreau a occupé des fonctions d'auditeur chez Ernst and Young (YG), de contrôleur de gestion au siège d'Ubisoft (jeux vidéo) et a copiloté la direction financière des filiales France et Benelux du groupe américain THQ (éditeur multimédia).

PLASTOR

Depuis le 4 septembre 2019, **Virginie Pinero** a rejoint Plastor (Division professionnelle du groupe V33) en tant que chef de produit marketing professionnel. Après une expérience de plus de 2 ans comme assistante de chef de produit, puis chef de produit junior chez **Parades** Genas, fabricant de solutions d'hygiène et de protection professionnelles pour les canaux de distribution BtoB, Virginie Pinero a choisi d'intégrer la division professionnelle de la société V33 pour un nouveau challenge. Elle a pour mission de développer la marque sur son secteur d'activité. Elle élaborera, mettra en œuvre et contrôlera les actions marketing relatives aux différentes gammes de produits Plastor.

HETTICH

Depuis le 1^{er} janvier 2020, **Andreas Hettich**, 50 ans, est passé de la direction opérationnelle de Hettich Holding GmbH & Co. oHG à la présidence du conseil consultatif du groupe Hettich. Après près de 20 ans d'activités opérationnelles, dont 13 en tant que président, Andreas Hettich se concentrera désormais sur la gestion stratégique du groupe. Étant actionnaire majoritaire, il continuera à représenter le groupe Hettich auprès des clients et du public. La société Hettich Holding sera alors dirigée par **Jana Schönfeld**, 41 ans, et **Sascha Groß**, 46 ans, tous deux membres de l'ancienne direction.

FIPEC

Gilles Richard a rejoint la Fipec (Fédération des industries des peintures, encres, couleurs, colles et adhésifs, préservation du bois) le 9 décembre 2019 en tant que délégué général. Dans ses nouvelles fonctions, il poursuivra les efforts de la Fipec pour valoriser l'attractivité et le dynamisme des entreprises industrielles adhérentes. Il continuera également le travail de défense des intérêts sectoriels

des cinq syndicats membres de la fédération. Depuis 2006, Gilles Richard était délégué général de l'Union française du commerce chimique (UFCC).

CETIM

Le conseil d'administration du Cetim, institut technologique labellisé Carnot, a élu **Jérôme Duprez** en tant que nouveau président. Il succède à **Emmanuel Viellard** qui assurait la présidence depuis 2013. Diplômé ingénieur à l'ESME Sudria et gestionnaire des entreprises à l'IAE, Jérôme Duprez, 63 ans, est actuellement président de la SFCD, actionnaire de référence du groupe Moret Industries qui rassemble aujourd'hui 11 filiales pour un effectif de 800 personnes.

ÉQUILIBRE DES ÉNERGIES

François Moutot, ancien directeur général de l'assemblée permanente des chambres de métiers et de l'artisanat (APCMA) et actuel Maire de Thoiry (78), est nommé délégué aux affaires territoriales d'Équilibre des Énergies. L'arrivée de François Moutot s'inscrit dans une volonté de l'association de développer et consolider ses actions sur tout le territoire fran-

çais auprès des différents tissus économiques et politiques régionaux. Ainsi, François Moutot se déplacera aux côtés de Brice Lalonde, président d'Équilibre des Énergies pour aller à la rencontre des collectivités locales et des entreprises et étudier les opportunités de partenariats pour déployer et mettre en pratique les idées portées par l'association.

AC ENVIRONNEMENT

Le comité consultatif du groupe AC Environnement s'est réuni le 20 janvier dernier pour acter l'évolution de la gouvernance de l'entreprise. **Denis Mora** est confirmé dans son mandat de président, tandis que le comité a acté la démission de **Stéphane Sanchez** comme directeur général après 9 ans d'engagement total et sans faille. Une prochaine nomination au poste de directeur général est attendue dans les semaines à venir. Il sera choisi par le président d'AC Environnement en accord avec l'actionnaire majoritaire. Le recrutement est en cours. Denis Mora réaffirme sa feuille de route : accélérer sur la voie de l'innovation et de l'évolution indispensable du diagnostic immobilier.



La nouvelle stratégie logistique de Paredes

le 04 février 2020 - Jacques DONNAY - Entreprise de la semaine



Adossée sur le hub qu'elle a mis en service en avril 2019, l'entreprise lyonnaise, spécialisée dans les produits et solutions d'hygiène et de protection professionnelles à usage unique, a entièrement repensé son organisation logistique et décline une nouvelle stratégie de développement ambitieuse.

François Thuilleur, directeur général de la PME lyonnaise **Paredes**, n'a pas encore gagné son pari, mais il a déjà pris de l'avance sur les objectifs qu'il s'était fixés. Lancé il y a deux ans, le chantier Défi 2022 prévoyait un gain d'un point d'excédent brut d'exploitation (EBE) en 2019. « Finalement, nous avons bouclé l'exercice avec 1,3 point de progression. En deux ans, nous avons gagné 2,6 points contre 2 points annoncés, soit 5 M€ d'amélioration », se réjouit-il. Il n'hésite donc pas aujourd'hui à revoir ses ambitions à la hausse et parie sur 6,5 % d'EBE à l'horizon 2022, contre 5,5 % initialement prévus.

Pour relever ce challenge, le directeur général de **Paredes** s'appuiera cette année sur un renforcement des investissements en France. « Nous allons engager 2 M€ dans la mise en service de notre nouveau site de e-commerce et dans l'amélioration de notre ERP. Dans le même temps, nous investirons 1,5 M€ pour upgrader nos machines de transformation de ouate, 2 M€ dans l'acquisition de nouveaux outils pour notre logistique. Enfin, 4 M€ seront dédiés au déploiement des distributeurs Paredis Style et Elite », détaille-t-il.

Paredes, qui s'appuie sur le travail de 180 commerciaux, a décidé de spécialiser ses équipes par métier. « Nous sommes passés d'un business model de généraliste à une démarche de multi-spécialiste, explique-t-il. Nous dédions désormais 80 commerciaux au développement de nos activités dans le secteur de la santé, qui représente 45 % de notre chiffre d'affaires. » Dans le même temps, 60 commerciaux se concentrent sur l'industrie (30 % du chiffre d'affaires), les autres intervenant auprès des collectivités et des acteurs de la propreté.

C'est dans le cadre de cette réorganisation commerciale initiée par **François Thuilleur** que **Paredes** a décroché deux marchés majeurs dans l'univers de la santé. « Nous avons signé un contrat pluri annuel avec UniHA (Union des Hôpitaux pour les Achats), qui porte sur 10 M€ par an sur une durée de 7 ans. Cet appel d'offre concerne les 870 établissements adhérents de l'UniHA », précise-t-il. Au même moment, **Paredes** a également engrangé un contrat portant sur 4 M€ par an avec le groupe Ramsay, l'un des leaders européens de la santé privée.

Fort de ces deux méga contrats, l'entreprise lyonnaise affirme sa position de leader sur le marché de la santé en France. Une situation dont **François Thuilleur** n'entend pas se satisfaire. L'entreprise désormais réorganisée, il se fixe maintenant un objectif de croissance ambitieux. « Tous marchés confondus, nous devrions progresser de 4 % par an au cours des trois prochaines années », pronostique-t-il.

François Thuilleur - Directeur général de **Paredes**

« Un effort à l'international à partir de 2022 »

Que représente **Paredes** aujourd'hui ?

Nous employons 600 personnes en France et 50 en Italie. Nous avons réalisé 180 M€ de chiffre d'affaires l'année dernière et nous sommes le numéro 2 français sur le marché de l'hygiène et de la protection professionnelle. Notre catalogue compte 6 000 solutions produits et nous servons quelque 25 000 clients. Pour cela, nous pouvons nous appuyer sur 9 sites de distribution en France, 1 en Italie et sur notre stock central de Saint-Quentin-Fallavier, qui développe 20 000 m² de surface couverte.

A l'international, votre présence se résume à l'Italie ?

Nous avons en effet une filiale en Italie. Elle a réalisé 15 M€ de chiffre d'affaires en 2019, en croissance de 8 % par rapport à l'année précédente. Néanmoins, pour le moment, nous sommes très peu présents en dehors de l'Hexagone. Malgré tout, nous commercialisons nos produits en direct en Belgique et en Suisse, sans nous adosser sur des structures installées physiquement dans ces deux pays cependant. Mais nous devrions décliner une stratégie plus ambitieuse à partir de 2022.

En dehors de l'international, quels sont les défis que vous entendez relever à l'avenir ?

Bien avant d'accélérer à l'international, nous allons lancer dès cette année notre nouveau site e-commerce. Le lancement de ce e-shop s'inscrit dans le cadre de notre démarche de digitalisation. Demain, ce sera un élément important dans notre stratégie commerciale ; un deuxième canal de vente, complémentaire du premier, qui devrait s'installer progressivement dans les habitudes d'achat de nos clients.



- 06:58:00 Paredes, leader de l'hygiène dans la santé travaille avec les hôpitaux, les crèches, les abattoirs. Le groupe mise sur le digital ave le lancement de My Paredes.
- 06:58:55 Interview François Thuilleur, directeur général de Paredes.
- 06:59:25

**RHÔNE****L'ACTU****69 / EQUIPEMENT: un centre de formation pour Paredes**

Le groupe **PAREDES** / T : 04.72.47.47.47 (siège à Genas), spécialisé dans l'hygiène et les protections professionnelles, franchit une nouvelle étape dans le déploiement de son plan stratégique #DEFI2022. Il inaugure Up, Université Paredes, visant à former un grand nombre de collaborateurs aux spécificités métiers des segments prioritaires définis par l'entreprise: la santé, l'industrie, les entreprises de propreté et les collectivités. Le centre formation est basé à Saint Quentin-Fallavier. www.paredes.fr

LE HUB PARADES INAUGURÉ À SAINT-QUENTIN-FALLAVIER

/ Sévim Sonmez

Un des acteurs majeurs du marché des solutions d'hygiène et de la protection professionnelle, Paredes a inauguré fin janvier son Hub. Il abrite son centre de formation ainsi que sa plateforme logistique centralisée.

Si son siège social est situé dans le Rhône à Genas, c'est en Isère que le groupe Paredes a décidé d'ouvrir sa plateforme logistique nouvelle génération. Une des premières réalisations de son plan stratégique [#DEFI2022](#) lancé en janvier 2019. Paredes a confié l'exécution de sa plateforme à SPI Logistique qui a déjà plusieurs réalisations à son actif dans la ZA de Chesnes de Saint-Quentin-Fallavier. D'une capacité de stockage de 20 000 m², (20 000 palettes), elle a pour objectif d'assurer une gestion optimisée des stocks. Cette plateforme permettra d'alimenter en flux continu des grands comptes ainsi que les neuf sites de distribution régionaux Paredes qui se chargeront de la livraison du « dernier kilomètre ». Depuis son ouverture au second trimestre 2019, le site qui accueille 3 000 produits, gère au quotidien l'expédition de 5 800 lignes de produits et de 1 450 commandes. Paredes qui entend atteindre « l'excellence logistique et opérationnelle, un véritable avantage concurrentiel », a doté sa plateforme des dernières innovations technologiques. Logiciel de gestion et de pilotage d'entrepôt WMS Reflex et commande vocale,

représentent gains d'agilité et de réactivité.

Les résultats visés, doivent aller vers le zéro rupture, vers un pourcentage de 95 % d'Otif (« On time in full », un indicateur de mesure de la capacité à délivrer les commandes à la date souhaitée) ainsi que vers un taux de 85 % de clients « tout à fait satisfaits » en 2022, un taux qui aujourd'hui s'affiche déjà à 81 %.

Le site de Saint-Quentin-Fallavier est géré par une quinzaine de salariés de SPI Logistique (créations de postes) et une vingtaine de Paredes pour la supply chain. Le site abrite également l'Université Paredes (UP) destinée à former ses collaborateurs afin qu'ils deviennent des experts dans leur domaine. Ouvert en mai dernier, l'« UP » a accueilli 90 salariés et s'ouvre en 2020 aux collaborateurs des services clients et technique de Paredes, sur la base du volontariat. Fondée en 1942, l'entreprise familiale est devenue un groupe qui réalise un CA de 190 M€ et emploie 650 collaborateurs.



En 2019, Parades a remporté deux marchés comme fournisseur exclusif de produits d'hygiène des mains



Paredes revoit ses ambitions de rentabilité

Alban Razia |



Le nouveau site logistique de Paredes : "un outil de conquête", selon le directeur général François Thuilleur.

Alors que le groupe lyonnais, spécialisé en fournitures de produits d'hygiène et de protections professionnelles, vient d'inaugurer son hub de Saint-Quentin Fallavier, il annonce également de belles performances économiques.

En 2019, le groupe Paredes a inauguré un nouveau centre logistique de 20.000 m² qui remplace son ancien site de 6.000 m², afin d'améliorer sa qualité de service. « Le nouveau Hub Paredes, que nous avons fait monter en puissance au cours de l'année 2019, vise à regrouper les références à faible taux de rotation pour assurer le « 0 rupture » sur ces produits à nos 9 sites régionaux » explique le directeur général François Thuilleur. Ce nouveau centre accueillant 20.000 palettes a nécessité l'embauche de 25 personnes (dont 15 en sous-traitance, chez Spil). «

Clairement, ce hub n'est pas un outil d'optimisation des coûts car nous avons un loyer supérieur au précédent (1 M€ par an) et nous avons investi 500 K€ de matériel. C'est plutôt un outil de conquête. L'argument du 0 rupture est très important. Notre taux de satisfaction client a augmenté de 20 points en 1 an à 80 % et nous avons remporté deux très gros contrats avec Ramsay Santé et surtout UniHA, le plus gros appel d'offres européen » détaille François Thuilleur.

4 millions investis dans l'outil de production

Ce bâtiment accueille également un centre de formation qui a dispensé en 2019 quelque 2.000 heures pour les nouveaux commerciaux. Il devrait atteindre 5.000 h en 2020 puisqu'il sera également ouvert aux clients du groupe. L'usine de production de ouate, située à Genas (près du siège), n'a quant à elle pas été intégrée au site car de nouveaux contrats ont nécessité d'augmenter les capacités. « Nous avons renforcé nos machines existantes pour 1,5 million d'euros et allons prochainement ajouter une nouvelle chaîne pour 2,5 millions d'euros » précise François Thuilleur. Et les dépenses ne s'arrêtent pas là. « Cette année, nous avons un niveau d'investissement exceptionnel de 10 millions d'euros grâce à de nouveaux partenaires bancaires que sont le CIC Lyonnaise de Banque et

la Caisse d'Epargne. Ce montant comprend notamment un nouveau site d'e-commerce, du matériel informatique et le renouvellement de notre flotte de camions. »

La rentabilité de retour

Malgré ces investissements, la rentabilité a progressé à la faveur d'une diminution du nombre de références (de 11 à 6.000). Elle est même plus importante que prévu « grâce à une meilleure négociation des achats ». L'EBE du groupe est passé de 0,3 % en 2017 à 2,9 % en 2019. Le gain est de près de 5 millions d'euros sur deux ans. En conséquence, Paredes revoit à la hausse ses ambitions et vise désormais un EBE de 6,5 % en 2022 et au moins 4 % de hausse de son chiffre d'affaires par an entre 2020 et 2022. En 2019, le groupe a réalisé 180 millions d'euros de chiffre d'affaires avec 650 personnes. Cette année, il met en place son plan d'intéressement prévoyant de verser un tiers des bénéfices aux salariés. ■



Coronavirus: les prix des masques de protection vendus en ligne explosent

Sur les plateformes de e-commerce, nombreux sont les vendeurs à profiter de l'épidémie de coronavirus pour augmenter le prix des masques de protection, alors que la plupart des pharmacies sont en rupture de stock.

Depuis le début de l'épidémie de coronavirus, 17 personnes contaminées ont été recensées en France et deux sont décédées. Ailleurs en Europe, le compteur s'affole un peu plus chaque jour, notamment en Italie où 374 cas ont été diagnostiqués. Difficile à contenir, la propagation rapide du virus inquiète de plus en plus les populations qui se ruent dans les pharmacies pour se procurer des masques de protection.

Cette augmentation soudaine de la demande a rapidement vidé les étals des officines qui ne parviennent plus à se rééquiper. Le distributeur Phoenix Pharma, qui travaille avec 3500 pharmacies en France et fournit en moyenne 40 boîtes de 20 masques par mois, confirme ne plus avoir les stocks suffisants car ses fournisseurs, qui s'approvisionnent auprès de fabricants étrangers, "sont eux-mêmes en rupture de stock", indique le directeur général de l'entreprise Jean-Claude Courtoison, précisant que "c'est un produit très peu vendu habituellement".

Dans ces conditions, difficile pour les pharmacies de satisfaire la demande des clients.

"Aujourd'hui, on n'arrive plus à avoir de masques, c'est très rare", explique Gilles Bonnefond, président de l'Union des syndicats de Pharmaciens d'Officine (USPO). D'autant que "les fournisseurs en ont profité pour augmenter leurs prix, donc les pharmaciens sont coincés", poursuit-il.

Résultat, la plupart n'en vendent plus. Et ceux qui disposent encore de quelques articles les échantent souvent au prix fort, comme nous l'avons constaté dans une pharmacie du XVe arrondissement de Paris qui vend ses masques FFP2 (modèle recommandé) à 7 euros l'unité.

Les hôpitaux eux-mêmes sont victimes de cette dérive inflationniste. Selon Le Canard Enchaîné, le distributeur français **Paredes** qui fournit des établissements bretons a multiplié ses prix par 2,66. Pour se justifier, l'entreprise indique "simplement répercuter à (ses) clients l'augmentation du prix d'achat des masques qui ont fait X3 (triplé) depuis le 1er février auprès de (son) propre fournisseur".

Explosion des prix sur Amazon

Même les pharmacies en ligne peinent à se fournir. Sur le site de New Pharma comme sur celui de Shop-pharmacie, les masques de protection FFP2 sont "temporairement indisponibles". Sur LeBonCoin, de nombreuses annonces ont également été publiées ces dernières heures, avec des annonces proposant des prix très divers.

Sur les plateformes de e-commerce traditionnelles, là-encore, les prix explosent sur les marketplace.

Sur Amazon, un sachet de 10 masques "anti-virus avec soupape" est affiché au prix de 370 euros. L'article numéro 1 des ventes sur la plateforme est une boîte de dix masques vendue 99 euros alors qu'elle était affichée à 24,95 euros (2,50 euros le masque) fin janvier. Soit une hausse de 296%.

Même constat sur Ebay où des boîtes de 10 masques de protection sont parfois proposées à plus de 100 euros. Excessif pour des articles jetables qui ne doivent pas être portés plus de trois heures.

Les masques chirurgicaux, qui ne sont même pas efficaces pour se prémunir du coronavirus,

affichent également des prix impressionnantes. L'un des produits de ce type les plus vendus sur Amazon est une boîte de 50 masques à 25,73 euros, contre 4,53 euros fin janvier (+468%).

Enquête ouverte en Italie

En Italie, l'association de consommateurs Codacons fait état d'un bon de 1700% des prix des masques. Elle mentionne notamment un lot de cinq masques avec valve présentés sur Amazon comme "idéaux pour le coronavirus" et vendu 189 euros. "Il s'agit d'une spéculation honteuse visant à tirer profit de la peur des gens", a dénoncé l'association, qui a porté plainte auprès du parquet de Rome et de la police financière, en demandant la fermeture des pages incriminées.

"Si les géants du commerce en ligne ne retirent pas automatiquement les pages où se font ces spéculations, ils se rendent complices de cette escroquerie", a-t-elle mis en garde.

Le parquet de Milan s'est de son côté auto-saisi: il a ouvert lundi une enquête contre X pour "manoeuvre spéculative", en chargeant la police de vérifier les sites en ligne mais aussi les commerces et entrepôts, pour contrôler s'il n'y a pas de produits cachés pour favoriser une spéculation. "Nous sommes en train d'évaluer l'hypothèse d'adopter des normes pour contenir le prix des désinfectants et masques pour empêcher des hausses non justifiées", a annoncé de son côté mardi la vice-ministre de l'Économie, Laura Castelli

Aux États-Unis, Amazon semble avoir pris la mesure du problème. Selon Wired, le géant du commerce en ligne aurait averti par mail les vendeurs de masques pratiquant des tarifs "non conformes" à la politique de prix de sa marketplace qui interdit de facturer un produit à un prix "nettement plus élevé que les prix récemment pratiqués sur ou hors Amazon".

Les masques chirurgicaux "ne servent à rien"

Certains sites vendent néanmoins des masques à des prix plus abordables. C'est le cas de Dentaltix, qui fournit généralement du matériel destiné aux dentistes. Sur son site, le distributeur propose 20 masques FFP2 pour 53,89 euros (2,69 euros le masque). "On a constaté une hausse de la demande de masques de clients chinois qui voulaient les exporter en Chine, et maintenant une hausse de la demande de clients européens. Mais on garde un petit stock de côté pour nos clients habituels", souligne la fondatrice de Dentaltix Beatriz Rodriguez Recuenco.

Cette dernière met en garde contre les "arnaques" et les vendeurs des plateformes de e-commerce qui "profitent de la peur des gens". Surtout que la situation ne risque pas de s'arranger à court terme: "Les stocks de nos fournisseurs sont quasiment épuisés. Le stock d'un de nos fournisseurs était de 13.000 boîtes et est passé à 2000 en un ou deux jours alors qu'il était censé durer jusqu'à mai", détaille Beatriz Rodriguez Recuenco.

"Il faut éviter de dire à la population d'aller chercher des masques en pharmacie", renchérit Gilles Bonnefond qui rappelle que les masques chirurgicaux "ne servent à rien". Les masques FFP2 restants risquent quant à eux d'être "réservés aux professionnels de santé". À la place, le président de l'USPO préconise les gestes dits "barrières" (se laver les mains régulièrement, utiliser du gel hydroalcoolique, éternuer dans sa manche, etc.).



Coronavirus: les prix des masques de protection vendus en ligne explosent

Sur les plateformes de e-commerce, nombreux sont les vendeurs à profiter de l'épidémie de coronavirus pour augmenter le prix des masques de protection, alors que la plupart des pharmacies sont en rupture de stock. Depuis le début de l'épidémie de coronavirus, 17 personnes contaminées ont été recensées en France et deux sont décédées. Ailleurs en Europe, le compteur s'affole un peu plus chaque jour, notamment en Italie où 374 cas ont été diagnostiqués. Difficile à contenir, la propagation rapide du virus inquiète de plus en plus les populations qui se ruent dans les pharmacies pour se procurer des masques de protection.

Cette augmentation soudaine de la demande a rapidement vidé les étals des officines qui ne parviennent plus à se rééquiper. Le distributeur Phoenix Pharma, qui travaille avec 3500 pharmacies en France et fournit en moyenne 40 boîtes de 20 masques par mois, confirme ne plus avoir les stocks suffisants car ses fournisseurs, qui s'approvisionnent auprès de fabricants étrangers, "sont eux-mêmes en rupture de stock", indique le directeur général de l'entreprise Jean-Claude Courtoison, précisant que "c'est un produit très peu vendu habituellement".

Dans ces conditions, difficile pour les pharmacies de satisfaire la demande des clients.

"Aujourd'hui, on n'arrive plus à avoir de masques, c'est très rare", explique Gilles Bonnefond, président de l'Union des syndicats de Pharmaciens d'Officine (USPO). D'autant que "les fournisseurs en ont profité pour augmenter leurs prix, donc les pharmaciens sont coincés", poursuit-il.

Résultat, la plupart n'en vendent plus. Et ceux qui disposent encore de quelques articles les échantent souvent au prix fort, comme nous l'avons constaté dans une pharmacie du XVe arrondissement de Paris où les masques FFP2 (modèle recommandé) sont vendus 7 euros l'unité.

Les hôpitaux eux-mêmes sont victimes de cette dérive inflationniste. Selon Le Canard Enchaîné, le distributeur français **Paredes** qui fournit des établissements bretons a multiplié ses prix par 2,66. Pour se justifier, l'entreprise indique "simplement répercuter à (ses) clients l'augmentation du prix d'achat des masques qui ont fait X3 (triplé) depuis le 1er février auprès de (son) propre fournisseur".

Explosion des prix sur Amazon

Même les pharmacies en ligne peinent à se fournir. Sur le site de New Pharma comme sur celui de Shop-pharmacie, les masques de protection FFP2 sont "temporairement indisponibles". Sur LeBonCoin, de nombreuses annonces ont également été publiées ces dernières heures, avec des prix très divers.

Sur les plateformes de e-commerce traditionnelles, là-encore, les prix explosent sur les marketplace.

Sur Amazon, un sachet de 10 masques "anti-virus avec soupape" est affiché au prix de 370 euros. L'article numéro 1 des ventes sur la plateforme est une boîte de dix masques vendue 99 euros alors qu'elle était affichée à 24,95 euros (2,50 euros le masque) fin janvier. Soit une hausse de 296%.

Même constat sur Ebay où des boîtes de 10 masques de protection sont parfois proposées à plus de 100 euros. Excessif pour des articles jetables qui ne doivent pas être portés qu'entre trois et huit heures maximum.

Les masques chirurgicaux, qui ne sont même pas efficaces pour se prémunir du coronavirus, affichent également des prix impressionnants. L'un des produits de ce type les plus vendus sur Amazon est une boîte de 50 masques à 25,73 euros, contre 4,53 euros fin janvier (+468%).

Enquête ouverte en Italie

En Italie, l'association de consommateurs Codacons fait état d'un bond de 1700% des prix des masques. Elle mentionne notamment un lot de cinq masques avec valve présentés sur Amazon comme "idéaux pour le coronavirus" et vendu 189 euros. "Il s'agit d'une spéculation honteuse visant à tirer profit de la peur des gens", a dénoncé l'association, qui a porté plainte auprès du parquet de Rome et de la police financière, en demandant la fermeture des pages incriminées.

"Si les géants du commerce en ligne ne retirent pas automatiquement les pages où se font ces spéculations, ils se rendent complices de cette escroquerie", a-t-elle mis en garde.

Le parquet de Milan s'est de son côté auto-saisi: il a ouvert lundi une enquête contre X pour "manoeuvre spéculative", en chargeant la police de vérifier les sites en ligne mais aussi les commerces et entrepôts, pour contrôler s'il n'y a pas de produits cachés pour favoriser une spéculation. "Nous sommes en train d'évaluer l'hypothèse d'adopter des normes pour contenir le prix des désinfectants et masques pour empêcher des hausses non justifiées", a annoncé de son côté mardi la vice-ministre de l'Économie, Laura Castelli

Aux États-Unis, Amazon semble avoir pris la mesure du problème. Selon Wired , le géant du commerce en ligne aurait averti par mail les vendeurs de masques pratiquant des tarifs "non conformes" à la politique de prix de sa marketplace qui interdit de facturer un produit à un prix "nettement plus élevé que les prix récemment pratiqués sur ou hors Amazon".

Les masques chirurgicaux "ne servent à rien"

Certains sites vendent néanmoins des masques à des prix plus abordables. C'est le cas de Dentaltix, qui fournit généralement du matériel destiné aux dentistes. Sur son site, le distributeur propose 20 masques FFP2 pour 53,89 euros (2,69 euros le masque). "On a constaté une hausse de la demande de masques de clients chinois qui voulaient les exporter en Chine, et maintenant une hausse de la demande de clients européens. Mais on garde un petit stock de côté pour nos clients habituels", souligne la fondatrice de Dentaltix Beatriz Rodriguez Recuenco.

Cette dernière met en garde contre les "arnaques" et les vendeurs des plateformes de e-commerce qui "profitent de la peur des gens". Surtout que la situation ne risque pas de s'arranger à court terme: "Les stocks de nos fournisseurs sont quasiment épuisés. Le stock d'un de nos fournisseurs était de 13.000 boîtes et est passé à 2000 en un ou deux jours alors qu'il était censé durer jusqu'à mai", détaille Beatriz Rodriguez Recuenco.

"Il faut éviter de dire à la population d'aller chercher des masques en pharmacie", renchérit Gilles Bonnefond qui rappelle que les masques chirurgicaux "ne servent à rien". Les masques FFP2 restants risquent quant à eux d'être "réservés aux professionnels de santé". À la place, le président de l'USPO préconise les gestes dits "barrières" (se laver les mains régulièrement, utiliser du gel hydroalcoolique, éternuer dans sa manche, etc.).

Paul Louis

PAREDES PREND RACINE EN ISÈRE

S. So

L'acteur leader sur le marché des solutions d'hygiène et de la protection professionnelle a inauguré son Hub fin janvier. Il abrite son centre de formation, ainsi que sa plateforme logistique centralisée.

Bien que son siège social soit situé dans le Rhône, à Genas, c'est en Isère que le groupe Paredes a décidé d'ouvrir sa plateforme logistique nouvelle génération. L'une des premières réalisations de son plan stratégique #DEFI2022, lancé en janvier 2019.



En 2019, Paredes a remporté deux marchés comme fournisseur exclusif de produits d'hygiène des mains

Paredes en a confié l'exécution à SPI Logistique, qui a déjà plu-sieurs réalisations à son actif dans la ZA de Chesnes de Saint-Quentin-Fallavier. D'une capacité de 20 000 m² (l'équivalent de 20 000 palettes), elle a pour objectif d'assurer une gestion optimisée des stocks. Cette plateforme permettra d'alimenter, en flux continu, les grands comptes et les neuf sites régionaux de

distribution Paredes qui se chargeront de la livraison du « dernier kilomètre ».

Depuis son ouverture au 2^e trimestre 2019, le site, qui accueille 3 000 produits, gère au quotidien l'expédition de 5 800 lignes de produits et 1 450 commandes.

Paredes, qui entend atteindre « l'excellence logistique et opérationnelle, un véritable avantage concurrentiel », a doté sa plateforme des toutes dernières innovations technologiques, comme en témoigne le logiciel de gestion et de pilotage d'entrepôt WMS Reflex.

Les résultats visés doivent aller vers le zéro rupture, un pourcentage de 95 % d'Otif (« On time in full », un indicateur de mesure de la capacité à délivrer les commandes à la date souhaitée) et un taux de 85 % de clients « tout à fait satisfaits » en 2022 (qui s'affiche aujourd'hui à 81 %).

Le site de Saint-Quentin-Fallavier est géré par une quinzaine de salariés de SPI Logistique et une vingtaine de collaborateurs de Paredes pour la supply chain. Il abrite également l'Université Paredes, destinée à former les employés afin qu'ils deviennent des experts dans leur domaine. Ouverte en mai dernier, l'« UP » a déjà accueilli 90 salariés. ■



SANTÉ

HOSPITALIER : LE MANUEL A TOUJOURS LA COTE

En matière d'entretien quotidien des sols, les établissements de santé pratiquent encore largement le nettoyage manuel. Car s'ils ont mécanisé le nettoyage des halls et couloirs, le procédé reste délicat dans les chambres. L'usage d'autolaveuses compactes autoportées peut être une solution d'appoint intéressante, mais à la marge. Pourtant, la mécanisation est indispensable à la remise en état des sols, parfois très encrassés. **CÉLINE CADIOU**

L'entretien des sols, que ce soit en établissement de santé (ES) ou dans les établissements médico-sociaux (EMS) est un domaine à part. Un domaine complexe, observé de près par les 17 Centres régionaux de prévention des infections associées aux soins (CPIas, anciennement baptisés CCLin), en charge de l'élaboration et de la diffusion des protocoles en matière d'hygiène des locaux. Car si à première vue, l'entretien des sols et des surfaces n'entre pas forcément dans les impératifs immédiats d'hygiène hospitalière, il constitue en définitive l'un des piliers de la prévention des risques infectieux. Et ce, au même titre que la « maîtrise du risque lié aux actes invasifs » dont on parle plus régulièrement puisqu'elle agit directement sur les risques d'IAS (Infections associées aux soins ou infections nosocomiales).

Avant d'entrer dans le détail des pratiques d'entretien et de bionettoyage, il s'agit de définir ce qu'est l'hygiène en milieu hospitalier. Toujours selon les protocoles établis par les CPIas, il est admis que celle-ci concerne trois éléments notables :

- la propreté visuelle, élément fondamental de l'accueil des patients, des résidents et des visiteurs mais aussi de la confiance et de l'attractivité extérieure d'un établissement,
 - la maîtrise de la contamination des locaux et des surfaces qui constituent des vecteurs secondaires pour la transmission de micro-organismes,
 - la maîtrise de la contamination microbiologique des surfaces en zone à empoussièrement maîtrisé.
- « Outre le respect de la réglementation en vigueur et la préservation de la santé des patients et résidents, il y a un enjeu en termes d'image de marque de l'établissement. La propreté des sols est visible et contribue à inspirer la confiance pour les patients, les résidents ainsi que pour les familles », confirme Caroline Diener, directrice des opérations pour la filiale de Biomega Services, Biomega Hygiène, spécialisée en bionettoyage, hygiène et services hôteliers.

Un zoning qui définit le nettoyage

Si ces trois éléments vont guider le choix dans le matériel de nettoyage et les produits d'entretien, une notion complémentaire appelée « zoning » est tout aussi importante. Défini en 1994 par le « guide du bionettoyage » éditée par la Commission centrale des marchés (CCM), ce zoning classe les locaux de santé en 4 zones, selon le risque infectieux encouru par les personnes soignées. Des zones qui devront faire l'objet d'un nettoyage spécifique,

17

C'est le nombre de CPIas qui élaborent et diffusent les protocoles en matière d'hygiène des locaux dans les établissements de santé.

NOTE

RENDEMENT

La mécanisation dans les halls et circulations permet un rendement de 1 000 à 1 500 m²/h.

gradué en fonction du risque. Un découpage expliqué le pharmacien et expert santé, Thomas Met, travaillant pour GSF. « La zone 1 concerne principalement les communs, sans lien direct avec les patients. Dans ces espaces, la mécanisation est depuis longtemps employée. Selon la surface à nettoyer, on utilise une autolaveuse autoportée ou autotractée selon la taille des espaces à traiter. La mécanisation apporte dans ces configurations une productivité et une meilleure qualité de nettoyage, notamment grâce à la force de pression des machines. La zone 2 concerne les espaces intermédiaires (salles d'attente, circulation et couloirs menant aux chambres). On y trouve encore du nettoyage mécanisé mais avec des modèles réduits et moins bruyants. Quant à la zone 3, ce sont les chambres. Et c'est bien souvent ici que la mécanisation s'arrête ». Quant à la zone 4, le bloc opératoire et zones associées, les risques infectieux y sont tels que le protocole diffère. Le nettoyage des sols et surfaces y est bien souvent manuel. Certains blocs peuvent encore avoir recours à des autolaveuses mais elles sont alors dédiées à l'usage exclusif du service. Dans cette zone, on utilise aussi largement un nettoyage manuel vapeur.

Des modèles spécifiques en zone 2

Si la mécanisation s'est donc imposée pour les halls et les principales



THOMAS MET,
GSF

« La mécanisation s'arrête souvent à l'entrée des chambres des patients, considérées comme la zone 3. »

circulations des établissements de santé, permettant d'assurer des rendements de 1 000 à 1 500 m²/heure, le fabricant Diversey fait lui aussi le distinguo entre ces zones 1 et 2 et le cas des chambres. « Pour le nettoyage des couloirs, nous avons notamment un modèle spécial santé, le 955B avec un déport de brosse pour les mains courantes ou encore la Swingo 350B, encore plus compacte », ajoute Dorothee Sermet-Bellet, responsable marketing secteur santé du groupe. Mais déjà dans ces couloirs secondaires, la compacité, la maniabilité et le caractère silencieux du matériel restent cruciaux. D'où l'utilisation d'autolaveuses autoportées compactes pour l'entretien quotidien, comme les modèles SC500 de chez Nilfisk ou la T300 chez Tenant. « Dans les plages de balnéothérapie ou les vestiaires, on utilise parfois des appareils type rotowash ou I-mop car elles passent davantage partout et sont plus facilement manipulables qu'une monobrosse », confirme Caroline Diener. →

La notion de zoning est très importante pour le choix de la méthode d'entretien des sols.



↑
1
Le balayage humide est suivi d'un nettoyage microfibre. Ce sont les deux étapes importantes du protocole de nettoyage.

2
Cette machine avec déport de brosse est spécialement conçue pour la santé.

3
Ce disque EMR s'utilise en mouillé sur les sols durs ou souples et se fixe sur les monobrosses ou autolaveuses.

→ **La chambre, la pré-imprégnation privilégiée**

Pourtant, même si un nettoyage par une autolaveuse est plus performant, plus efficace et fait peser moins de risques sur la santé de l'opérateur en termes de TMS, la mécanisation est impossible à intégrer dans un protocole de bionettoyage au quotidien des chambres. Aussi car un nettoyage manuel

(surfaces et salle de bains inclus) prend entre 10 et 15 minutes à un opérateur, tandis qu'une opération de nettoyage mécanisée tendra plus vers les 30 minutes. « *Le manuel est toujours fortement utilisé dans les chambres pour sa rapidité d'exécution et son efficacité* », résume Caroline Diener, chez Biomega Service. De plus, intervenir sans faire de bruit reste un

atout dans certains services. Concernant la méthode et le matériel utilisés, le chariot équipé des deux seaux avec presse a totalement disparu des établissements de soins, remplacé par la pré-imprégnation et l'usage de microfibrés. Une solution reconnue pour son efficacité et dans le cadre de la prévention des risques de TMS des agents. →

TENDANCES

LA DÉSINFECTION N'EST PLUS LA NORME ?

Au regard de certains retours d'expériences réalisés par les CPIas, la majorité des entreprises de propreté et des fabricants ont confirmé que de nouvelles recommandations sont apparues dans les établissements de santé et médico-sociaux. Celle-ci n'est plus recommandée au quotidien en zone 3, voir réservée à des situations particulières (épidémies ou locaux/chambres hébergeant des résidents porteurs de *Clostridium difficile*). « Néanmoins,

cette méthodologie reste soumise à la validation des hygiénistes de l'établissement et donc, elle n'est pas validée partout », pondère Thomas Met (GSF). Cette nuance établie, il reste toutefois de plus en plus courant de laver les sols avec de l'eau (uniquement si bandeau microfibre) puisque toujours selon les CPIas, il n'y aurait pas d'impact mesuré en termes de risque infectieux. Néanmoins, la plupart des professionnels de la propreté continuent d'alterner entre l'usage de

l'eau avec microfibre et celui d'un détergent neutre. Tout en conservant le détergent-désinfectant pour les chambres de sortants (arrivée d'un nouveau patient ou résident) ou les cas d'épidémie. Concernant l'entretien de certains établissements tels que les Maisons d'accueil spécialisées, l'usage de désinfectant-détergent reste la norme car les patients accueillis, par exemple en situation de handicap, peuvent être amenés à des contacts fréquents avec le sol.

→ « On commence par un balayage humide de la chambre en amont avec un balai trapèze de 60 cm avec une semelle fibre sur lequel on positionne une gaze jetable imprégnée d'huile végétale. Ensuite, on utilise des franges microfibrés (5 franges pour un litre de solution) pré-imprégnées. On réalise d'abord le nettoyage de la salle de bains avec en moyenne une frange, puis on utilise une nouvelle frange dans la chambre. Si c'est une chambre double, on utilise une frange pour le côté fenêtre et une pour le côté porte », explicite Caroline Diener. Enfin, même si les CPias recommandent le balayage humide avant toute opération de nettoyage, certains sites de santé confirment utiliser des franges combinant en un



**SÉBASTIEN NOMMER,
PAREDES.**

« Le balayage est un prérequis indispensable. »

NOTE

Les CPias recommandent le balayage humide avant tout nettoyage.

seul passage l'action balayage et nettoyage. Il s'agit par exemple de la méthode Swep de Vileda. « Une technologie qui soulève pourtant des problématiques de lavage, car l'arrivée vers les machines à laver d'un plus grand nombre de corps étrangers peuvent obstruer les machines. Sans compter que cette solution est très onéreuse, de 5 à 10 fois le prix d'un support microfibre classique », confirme Thomas Met, chez GSF. Une solution deux-en-un à laquelle n'adhère pas non plus Sébastien Nommer, chef de marché santé chez Paredes pour qui « le balayage reste la première étape indispensable : Il vaut mieux balayer que laver. » Celui-ci conseille chez ces clients une méthodologie ergonomique en deux temps : « Balayage avec microfibre à usage unique qui adhère (sans aide manuel) au plateau de balayage. Puis, avec la même monture, utilisation d'une mop textile sans détergent. »

EHPAD

LA MÉCANISATION JUSQUE DANS LES CHAMBRES

Contrairement au milieu hospitalier, la mécanisation dans les chambres semble beaucoup plus courante dans les Ehpads, notamment dans les unités de vie protégée (UPV). Face à l'augmentation de la dépendance et du besoin, les méthodes et les fréquences de nettoyage ont évolué. En Ehpads, la mécanisation est fortement encouragée pour améliorer à la fois l'efficacité et la qualité du nettoyage. « Nous préconisons souvent l'usage hebdomadaire d'une autolaveuse à rouleau, qui peut s'utiliser même une zone encombrée ou sous un sanitaire suspendu par le personnel soignant », avance Sébastien Nommer, chef de marché santé chez Paredes, en complétant : « et ce, en complément d'un balayage et d'un nettoyage manuel quotidien avec microfibrés à usage unique + détergent. » Une mécanisation qu'on peut plus facilement prévoir et piloter dans ce type d'établissement dans l'objectif d'améliorer la qualité perçue et la prise en charge de l'usager.



Du cas par cas, par manque de planification

Si on a vu que la mécanisation est impossible pour l'entretien des chambres au quotidien, elle reste idéale lors des opérations de mises à blanc ou pour un nettoyage plus approfondi entre deux patients. « Le modèle Nilfisk SC351 est adapté pour une grande chambre car il est manœuvrable d'avant en arrière, mais il reste trop gros pour une salle de bains par exemple », détaille Thomas Met pour GSF, qui poursuit, « l'1-mop peut aussi s'avérer utile pour nettoyer entre deux patients mais là encore, comme la machine n'aspire pas en marche arrière, on reste limité dans les usages... ». Dans les faits, on réalise que la mécanisation dépendra bien souvent du délai dont dispose l'équipe médicale/de propreté pour intervenir. Se rendre dans un autre service



DOROTHÉE SERMET-BELLET
DIVERSEY

« Nous avons un modèle spécial santé, le 955B avec déport de brosse. »

pour prendre la machine ad quate, même si cela ne deman que 15 minutes, peut s'avérer tro long. « En milieu hospitalier, l fréquences de mécanisation d chambres vont dépendre de l'activité, l'augmentation de l'amb latoire et de la rotation des lits permet pas systématiquement réaliser des protocoles "départ" av mécanisation des sols », confirme Sébastien Nommer.

Mécanisation idéale, si elle est programmée

Ceci étant dit, dès lors que l'intervention a pu être programmée la mécanisation est un atout de taille dans l'élimination du biofilm, dans la remise en état des sols et autres opérations de décapage. En particulier dans les salles de bain, qui ont davantage besoin d'être soumis à un bionettoyeur (détergent + désinfectant) car elles s'encrassent plus vite (accumulation de tartre et résidus de sébum). L'allié de taille est alors la monobrosse, un équipement de base en milieu hospitalier, même



↑
Dans les halls, couloirs et espaces communs, le rendement de la mécanisation séduit le secteur hospitalier, avec de modèles autotractés compacts.

si elle reste utilisée pour des travaux spécifiques à la demande des clients, « comme le récurage des sols une fois par mois et/ou un décapage avec la pose d'une émulsion dans un second temps », explique Biomega, qui l'utilise aussi en spray méthode pour une action de nettoyage en profondeur et une remonté en brillance. Quoiqu'il en soit, il est certain qu'une meilleure planification permettrait certainement de faire entrer plus durablement, les machines en milieu hospitalier. ●

© Bilifak



Inauguration de la plateforme Paredes le 21 janvier 2020. François Thuilleur entouré de Simon et Eva Paredes, administrateurs du groupe. (DR)

Distribution de produits d'hygiène

→ La croissance est au rendez-vous pour le distributeur de produits et de solutions d'hygiène qui tire le bilan de la première année de son « #DÉFI 2022 ».

La bonne année 2019 de Paredes

Tout juste un an après avoir présenté son projet d'entreprise, « #DÉFI 2022 », le groupe Paredes, par la voix de son directeur général, François Thuilleur, fait le bilan d'une première année très prometteuse. « Nous avons bien travaillé en 2019 ! Un peu mieux que nos prévisions puisque nous affichons une croissance de l'excédent brut d'exploration de 1,3 % contre +1 % prévu initialement. Nous pouvons donc réviser nos objectifs à la hausse pour les années à venir. La rentabilité, avec la satisfaction clients, était notre priorité du plan #DÉFI 2022 » se félicite le dirigeant de Paredes qui a enregistré quelques belles réalisations.

80 % de clients totalement satisfaits

La création de la nouvelle plateforme de Saint-Quentin-Fallavier – inaugurée en janvier 2020 – associée à la réorganisation des forces de ventes autour de quatre pôles d'expertises (santé, industrie, EP, collectivités) a permis au groupe d'hygiène de gagner notamment les marchés UniHA (70 M€) et Ramsay Santé (4 M€). Des succès commerciaux qui ne sont pas le fruit du hasard pour François

Thuilleur, mais remportés grâce à la mécanique de précision autour de la logistique (disponibilité des produits, livraison de commandes complètes, etc.), et à la qualité du service offert aux clients finaux. « 80 % de nos clients se disent totalement satisfaits. Notre objectif de 85 % est donc tout à fait à notre portée. En 2019, nous avons recruté 36 commerciaux et cette année nous allons investir un million d'euros pour notre nouvelle boutique en ligne qui proposera l'ensemble des 6000 références » poursuit le dirigeant. Le groupe lyonnais qui réalise 40 % de ses ventes sous sa marque, Prop, s'est engagé dans une démarche de partenariat avec des fournisseurs et des clients grands comptes. Très engagé dans une démarche écologique depuis plusieurs années, Paredes produit de l'essuie-mains en rouleaux Écolabel à partir d'une matière première issue de l'usine Lucart installée dans les Vosges, et vient de lancer sa gamme Clean Safe en partenariat avec Action Pin.

Un accord cadre avec Onet et Atalian

Côté clients, entreprises de propreté en particulier, le groupe vient de signer un accord cadre avec deux majors du secteur : Onet et



Nettoyage et désinfection

→ La dernière mouture de l'étude de marché MSI Reports, sur les produits d'entretien à usage professionnel, confirme une hausse en valeur pour l'année 2019.

Produits pour les professionnels : un marché de plus d'un milliard d'euros



DR

« Le marché des produits d'entretien pour le nettoyage professionnel en France a une nouvelle fois progressé en valeur en 2019. Cela s'explique notamment par une augmentation des prix moyens de vente opérée par les fabricants, qui font face à une remontée des coûts liés à la production et à la distribution desdits produits » analyse les auteurs de l'étude MSI Reports intitulée « Marché des produits d'entretien professionnels en France ».

Alors que les ventes en volume ont plutôt tendance à stagner, les investissements importants consacrés à la R&D pour se conformer aux nouvelles exigences réglementaires maintiennent un niveau élevé des prix des produits. Plusieurs mouvements s'annulent ainsi. D'un côté, la demande diminue dans un contexte de concentration des produits. De l'autre, elle croît en raison de la professionnalisation des achats et des prestations, mais aussi de la croissance économique française qui tire l'activité des secteurs utilisateurs et donc leurs besoins. « Ces tendances devraient se poursuivre à l'avenir. Dans ce contexte, les fabricants cherchent alors à maximiser leurs marges via des économies d'échelle, ce qui est notamment à l'origine du mouvement de fusions-acquisitions qui s'opère au sein du secteur depuis plusieurs années déjà » complètent les auteurs de l'étude, qui détaillent secteur par secteur les ventes de produits et proposent également des fiches détaillées de l'ensemble des fabricants et des distributeurs de produits d'entretien. ■

Ce document peut être acheté en ligne et téléchargé directement sur le site : www.smi-etudes.fr

Atalian. Une démarche qui vise à installer et développer une offre premium en livrant la gamme sanitaire, produits, consommables et machines, directement chez le client.

L'objectif pour [Paredes](#) est bien de concurrencer les grands loueurs de linge auprès des EP du top 10, sans pour autant oublier les entreprises régionales sur lesquelles le distributeur concentre également ses efforts.

Pour [François Thuilleur](#), le développement de l'entreprise passe bien entendu par de la croissance organique, avec une progression annuelle de 4 % du chiffre d'affaires, mais aussi par la volonté de saisir des opportunités en externe, prioritairement en Île-de-France.

« Car c'est bien là que se situe le plus gros marché national. Nous serons également attentifs aux opportunités dans les pays limitrophes de la France, où certains de nos clients sont implantés. Une dynamique renforcée avec l'arrivée de deux nouvelles banques partenaires, la Caisse d'Épargne et le CIC, qui vont nous accompagner dans notre projet de développement » conclut le directeur général de [Paredes](#). ■

ERRATUM

Annuaire de la propreté

Une erreur s'est glissée dans la dernière édition de notre Annuaire de la propreté, diffusé avec le numéro 326 de *Bâtiment Entretien* (janvier-février 2020).

La société **Atlantic Service** – et ses implantations de **Bordeaux, Biarritz, Andernos et Lesparre** – a été associée à tort au groupe **Atalian**.

Nos excuses à cette entreprise familiale cinquantenaire très implantée dans le Sud-Ouest! ■



Le grossiste en produits d'hygiène Paredes en première ligne dans la crise sanitaire



La plateforme logistique de **Paredes** basée à Saint-Quentin Fallavier dessert la totalité des sites logistiques du groupe en France. Plus de 200 salariés sont mobilisés pendant la crise du coronavirus pour assurer la livraison des produits aux hôpitaux, Ehpad et cliniques. — Photo : **Paredes**

« Un champ de bataille ». Les premiers mots de **François Thuilleur** sont sans équivoques, illustrant le quotidien d'un patron gérant à la fois une crise sanitaire gravissime et une demande exceptionnelle. Il est 19 heures ce mardi 17 mars quand le directeur général du groupe de distribution de produits d'hygiène nous répond. Il prend le temps, explique en détail les besoins urgents d'un monde médical plongé dans une catastrophe inédite. L'homme pilote **Paredes**, 600 salariés pour près de 190 M€ de chiffre d'affaires.

Deuxième distributeur - et non producteur - français de produits d'hygiène professionnelle, le groupe lyonnais est leader sur les produits d'hygiène pour le monde médical : essuie-mains, draps d'examen, papiers toilette. Le groupe fournit 800 Ehpad en France, la quasi-totalité des hôpitaux publics français et travaille avec les établissements du groupe Ramsay Santé, qui gère 36 000 salariés et 8 600 praticiens en France.

Une position qui oblige. Et pourtant : « nous ne parvenons pas à répondre à la demande de tous nos clients. Les tensions sont extrêmement fortes notamment sur les produits de protection »,

souffle le dirigeant.

Émotion

La voix est hachée et laisse affleurer une émotion palpable. Au moment d'évoquer l'implication de ses salariés, **François Thuilleur** est ému. « Je suis très fier de mes équipes ce soir. J'ai dû me résoudre à mettre 400 personnes en télétravail qui continuent de faire fonctionner la machine. Il en reste 200 à la production, la logistique et au transport. Dans la région Grand-Est, les hôpitaux sont débordés. Certains de mes salariés ont connaissance de décès dans leur entourage indirect mais ont tenu à venir travailler parce qu'ils savent que c'est indispensable pour sortir de cette crise », s'excuse-t-il.

Une tension telle que l'entreprise a fait passer l'usine du groupe de Genas (Rhône) en 3x8. Le nouveau site logistique de Saint-Quentin-Fallavier (Isère) qui dessert l'ensemble de ses entrepôts en France est aussi sur le pont. « Les équipes viendront même travailler samedi pour continuer à produire et répondre à la demande », détaille **François Thuilleur**, s'avouant gêné d'en demander autant à ses équipes.

Anticipation

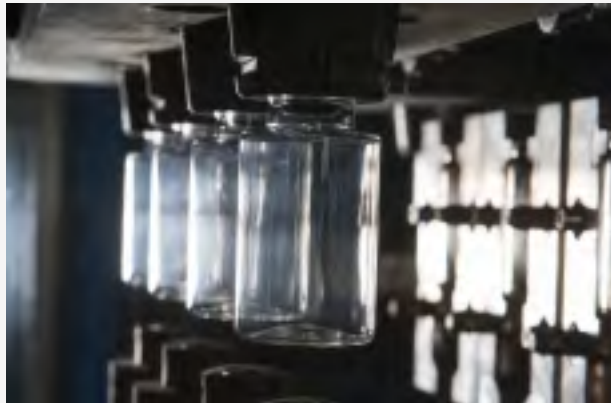
Désormais, les industriels qui fournissent habituellement ce distributeur en gels hydro-alcooliques et en masques sont à sec. « En début d'année, nous avons heureusement décidé de remplir nos stocks. Des achats à hauteur de 32 millions d'euros. Nous démarrons cette crise avec beaucoup de ouate et de gants. Par exemple, nous avons 6 millions d'euros de gants pour le personnel médical », fait-il savoir. Tous seront sans doute livrés dans les prochains jours.

À peine cette crise commencée, le dirigeant anticipe l'après. « Nous passons des commandes en direction de la Chine pour recomposer nos stocks. Nous estimons qu'après cette catastrophe, tout notre volume de produits aura été vendu, relève **François Thuilleur**. Nous espérons être livrés avant l'été ».

Des délais incompressibles pour des produits venant d'aussi loin mais qui l'interroge sur le bien-fondé d'être dépendant de marchés si lointains, alors que 80 % de sa gamme est estampillée made in France. « Il va être nécessaire de repenser notre manière de travailler », estime-t-il. Déjà, son souhait est de doubler l'ensemble de sa gamme avec des produits en provenance de France ou d'Europe. Gel et masques en tête.



Coronavirus : le grossiste en produits d'hygiène Paredes en première ligne dans la crise sanitaire



La plateforme logistique de **Paredes** basée à Saint-Quentin Fallavier dessert la totalité des sites logistiques du groupe en France. Plus de 200 salariés sont mobilisés pendant la crise du coronavirus pour assurer la livraison des produits aux hôpitaux, Ehpad et cliniques. — Photo : **Paredes**

« Un champ de bataille ». Les premiers mots de **François Thuilleur** sont sans équivoques, illustrant le quotidien d'un patron gérant à la fois une crise sanitaire gravissime et une demande exceptionnelle. Il est 19 heures ce mardi 17 mars quand le directeur général du groupe de distribution de produits d'hygiène nous répond. Il prend le temps, explique en détail les besoins urgents d'un monde médical plongé dans une catastrophe inédite. L'homme pilote **Paredes**, 600 salariés pour près de 190 M€ de chiffre d'affaires.

Deuxième distributeur - et non producteur - français de produits d'hygiène professionnelle, le groupe lyonnais est leader sur les produits d'hygiène pour le monde médical : essuie-mains, draps d'examen, papiers toilette. Le groupe fournit 800 Ehpad en France, la quasi-totalité des hôpitaux publics français et travaille avec les établissements du groupe Ramsay Santé, qui gère 36 000 salariés et 8 600 praticiens en France.

Une position qui oblige. Et pourtant : « nous ne parvenons pas à répondre à la demande de tous nos clients. Les tensions sont extrêmement fortes notamment sur les produits de protection », souffle le dirigeant.

Émotion

La voix est hachée et laisse affleurer une émotion palpable. Au moment d'évoquer l'implication de ses salariés, **François Thuilleur** est ému. « Je suis très fier de mes équipes ce soir. J'ai dû me résoudre à mettre 400 personnes en télétravail qui continuent de faire fonctionner la machine. Il en reste 200 à la production, la logistique et au transport. Dans la région Grand-Est, les hôpitaux sont débordés. Certains de mes salariés ont connaissance de décès dans leur entourage indirect mais ont tenu à venir travailler parce qu'ils savent que c'est indispensable pour sortir de cette crise », s'excuse-t-il.

Une tension telle que l'entreprise a fait passer l'usine du groupe de Genas (Rhône) en 3x8. Le nouveau site logistique de Saint-Quentin-Fallavier (Isère) qui dessert l'ensemble de ses entrepôts en France est aussi sur le pont. « Les équipes viendront même travailler samedi pour continuer à produire et répondre à la demande », détaille **François Thuilleur**, s'avouant gêné d'en demander autant à ses équipes.

Anticipation

Désormais, les industriels qui fournissent habituellement ce distributeur en gels hydro-alcooliques et en masques sont à sec. « En début d'année, nous avons heureusement décidé de remplir nos stocks. Des achats à hauteur de 32 millions d'euros. Nous démarrons cette crise avec beaucoup de ouate et de gants. Par exemple, nous avons 6 millions d'euros de gants pour le personnel médical », fait-il savoir. Tous seront sans doute livrés dans les prochains jours.

À peine cette crise commencée, le dirigeant anticipe l'après. « Nous passons des commandes en direction de la Chine pour recomposer nos stocks. Nous estimons qu'après cette catastrophe, tout notre volume de produits aura été vendu, relève **François Thuilleur**. Nous espérons être livrés avant l'été ».

Des délais incompressibles pour des produits venant d'aussi loin mais qui l'interroge sur le bien-fondé d'être dépendant de marchés si lointains, alors que 80 % de sa gamme est estampillée made in France. « Il va être nécessaire de repenser notre manière de travailler », estime-t-il. Déjà, son souhait est de doubler l'ensemble de sa gamme avec des produits en provenance de France ou d'Europe. Gel et masques en tête.



NOMINATIONS



© BOC



© Voxlog

PAREDES RENFORCE SES ÉQUIPES DIRIGEANTES CÔTÉ SUPPLY CHAIN

Paredes restructure sa direction. Denis Berthier (à gauche) est nommé directeur supply chain et organisation du groupe. Il sera notamment chargé du suivi du plan stratégique #DEFI2022 (cf. *Voxlog* n°20). Denis Berthier a précédemment eu l'occasion de piloter des chaînes de distribution BtoB et BtoC, ayant notamment été directeur supply chain de Feu Vert avant de passer par le groupe Brossette, aux postes de directeur supply chain, puis de l'organisation. Bruno Perrin (à droite) passe à la direction de la division logistique et transport, avec pour mission d'orchestrer les processus supply chain pour le groupe. Enfin, pour poursuivre ses développements dans la région Centre-Est, le groupe a promu Frédéric Nicolini au poste de directeur régional Centre-Est, remplaçant à ce poste François Thuilleur, le directeur général de l'entreprise.

Coronavirus : le grossiste en produits d'hygiène Paredes en première ligne dans la crise sanitaire

Pierre Lelièvre,

Le grossiste en produits d'hygiène lyonnais Paredes approvisionne les établissements de santé en produits d'hygiène. Un rôle majeur que le dirigeant, François Thuilleur, s'empresse d'endosser, conscient de l'abnégation dont ses équipes font preuve, notamment dans le Grand Est.



La plateforme logistique de Paredes basée à Saint-Quentin Fallavier dessert la totalité des sites logistiques du groupe en France. Plus de 200 salariés sont mobilisés pendant la crise du coronavirus pour assurer la livraison des produits aux hôpitaux, Ehpad et cliniques.

« Un champ de bataille ». Les premiers mots de François Thuilleur sont sans équivoques, illustrant le quotidien d'un patron gérant à la fois une crise sanitaire gravissime et une demande exceptionnelle. Il est 19 heures ce mardi 17 mars quand le directeur général du groupe de distribution de produits d'hygiène nous répond. Il prend le temps, explique en détail les besoins urgents d'un monde médical plongé

dans une catastrophe inédite. L'homme pilote Paredes, 600 salariés pour près de 190 M€ de chiffre d'affaires. Deuxième distributeur - et non producteur - français de produits d'hygiène professionnelle, le groupe lyonnais est leader sur les produits d'hygiène pour le monde médical : essuie-mains, draps d'examen, papiers toilette. Le groupe fournit 800 Ehad en France, la quasi-totalité des hôpitaux publics français et travaille avec les établissements du groupe Ramsay Santé, qui gère 36 000 salariés et 8 600 praticiens en France. Une position qui oblige. Et pourtant : « nous ne parvenons pas à répondre à la demande de tous nos clients. Les tensions sont extrêmement fortes notamment sur les produits de protection », souffle le dirigeant.

Émotion

La voix est hachée et laisse affleurer une émotion palpable. Au moment d'évoquer l'implication de ses salariés, François Thuilleur est ému. « Je suis très fier de mes équipes ce soir. J'ai dû me résoudre à mettre 400 personnes en télétravail qui continuent de faire fonctionner la machine. Il en reste 200 à la production, la logistique et au transport. Dans la région Grand-Est, les hôpitaux sont débordés. Certains de mes salariés ont connaissance de décès dans leur entourage indirect

mais ont tenu à venir travailler parce qu'ils savent que c'est indispensable pour sortir de cette crise », s'excuse-t-il. Une tension telle que l'entreprise a fait passer l'usine du groupe de Genas (Rhône) en 3x8. Le nouveau site logistique de Saint-Quentin-Fallavier (Isère) qui dessert l'ensemble de ses entrepôts en France est aussi sur le pont. « Les équipes viendront même travailler samedi pour continuer à produire et répondre à la demande », détaille François Thuilleur, s'avouant gêné d'en demander autant à ses équipes.

Anticipation

Désormais, les industriels qui fournissent habituellement ce distributeur en gels hydro-alcooliques et en masques sont à sec. « En début d'année, nous avons heureusement décidé de remplir nos stocks. Des achats à hauteur de 32 millions d'euros. Nous démarrons cette crise avec beaucoup de ouate et de gants. Par exemple, nous avons 6 millions d'euros de gants pour le personnel médical », fait-il savoir. Tous seront sans doute livrés dans les prochains jours. À peine cette crise commencée, le dirigeant anticipe l'après. « Nous passons des commandes en direction de la Chine pour recomposer nos stocks. Nous estimons qu'après cette catastrophe, tout notre volume de produits aura été vendu, relève François Thuilleur. Nous espérons être livrés avant l'été ».

Des délais incompressibles pour des produits venant d'aussi loin mais qui l'interroge sur le bien-fondé d'être dépendant de marchés si lointains, alors que 80 % de sa gamme est estampillée *made in France*. « Il va être nécessaire de repenser notre manière de travailler », estime-t-il. Déjà, son souhait est de doubler l'ensemble de sa gamme avec des produits en provenance de France ou d'Europe. Gel et masques en tête. ■

Coronavirus : Paredes accélère sa production

Le distributeur lyonnais spécialiste des produits d'hygiène, Paredes (DG : François Thuilleur / CA 2018 : 190 M€ / 600 salariés) a décidé d'augmenter sa production de produits à base de ouate (essuie-mains, draps d'examen...) au sein de son usine de Genas (Rhône), à côté de Lyon. La production est passée en 3x8, samedi inclus pour parvenir à honorer les commandes du monde médical. ■



Covid-19 : mobilisation des distributeurs hygiène et propreté

Douze acteurs de la distribution se sont regroupés en collectif pour adresser une lettre ouverte aux autorités qu'ils souhaitent alerter sur l'approvisionnement des établissements de santé, des collectivités, des entreprises de propreté et des industries. Une démarche collective, initiée par Philippe Scemama (dirigeant d'Adelya et président du groupement GEH), rassemble les douze principaux acteurs de la distribution des produits d'hygiène, de nettoyage et de désinfection. Le 23 mars, une lettre ouverte aux autorités gouvernementales et sanitaires a ainsi été adressée, dans laquelle le collectif de distributeurs émet plusieurs propositions pour assurer la continuité dans l'approvisionnement des établissements de santé, des collectivités, des entreprises de propreté et des industries.

- Proposer aux autorités sanitaires des solutions pour organiser les approvisionnements auprès des établissements de santé dans les meilleures conditions, notamment en masques.
- Mettre en place des équipes d'experts à distance (ou sur site) pour aider les équipes de propreté à progresser sur les bonnes pratiques et protocoles de nettoyage et désinfection.
- Autoriser les distributeurs spécialisés à utiliser toutes les dispositions gouvernementales de crise et notamment celle de placer certaines équipes en chômage partiel.
- Permettre à toutes leurs équipes logistiques, techniques et pédagogiques d'être considérées comme prioritaires pour circuler et se rendre auprès des établissements de santé du pays.
- Demander aux transporteurs de prioriser les flux qui concernent ce métier.
- Protéger tous leurs entrepôts et leurs bases logistiques et ne pas exiger de les fermer au cas où un durcissement des mesures de confinement devenait obligatoire.

Acteurs économiques « prioritaires »

Dans cette lettre, le collectif de distributeurs met aussi en avant le rôle et la mission qu'ils assurent en cette période de crise sanitaire : « Même si nous sommes, comme tout le monde, très durement frappés par la fermeture de pans entiers de nos clientèles (collèges, lycées, hôtels, restaurants), nous souhaitons être perçus comme agents économiques prioritaires. Les industriels fabriquent et ont une fonction essentielle, quand nous, distributeurs, assurons la chaîne d'approvisionnement des clients finaux, la logistique du dernier kilomètre. Gels hydroalcooliques, équipements de protection individuels, désinfectants aux normes de virucide, produits d'hygiène et d'essuyage, tous ces produits ne peuvent arriver chez les professionnels que si notre métier est protégé. »

Les distributeurs précisent, en outre, que leurs équipes d'experts sont mobilisées et disponibles pour aider, même en état de confinement et à distance. « Fiers de notre rôle, mobilisés car en état de guerre sanitaire, nous saurons répondre présents et nous espérons que les pouvoirs publics entendront notre appel urgent au cas où la crise et les mesures de restrictions devaient s'aggraver. »

Une démarche collective inédite

« N'étant pas organisés en syndicat ou en fédération à ce jour, notre démarche est collective, civique, et s'inscrit dans une logique de solidarité avec la Nation en cette période de crise du Covid-19, affirme le collectif de distributeurs. Le marché sur lequel nous évoluons emploie 5 000 salariés et représente un chiffre d'affaires de 1,5 Md€. » Le collectif est constitué de Philippe Scemama (Adelya - GEH), Philippe Autour (Performance Hygiène), Hervé Dufourq (Equipage Solution Hygiène), Éric Lubin (groupe Hedis), Philippe Chevalier (groupe Heegeo), **François Thuilleur (Paredes)**, Guy Chiffot (groupe Orapi), Éric Magne (Eyrein Industrie), Marc Marouani (groupe Gafic), Stéphane Fournier (Adisco - Fournier), Frédéric Igual (Igual), Roger Brouet (Avanteam Group).



L'entreprise Paredes accélère fort et sort 50 tonnes de ouate par jour

David GOSSART - 27 mars 2020, 14h13 L 'entreprise de Genas de distribution de produits d'hygiène et de protection (lire ici) s'attelle à s'adapter aux conséquences de la crise actuelle. Les secteurs de la santé (hôpitaux, cliniques et EHPAD), de l'industrie agro-alimentaire et de l'industrie pharmaceutique sont très demandeurs, au point que, comme nous le précise l'entreprise dirigée par François Thuilleur, « l es commandes de produits d'hygiène progressent de 60 % en mars. Les principaux produits fortement demandés sont les masques, les gels hydro-alcooliques, les désinfectants de surface, le savon ou encore les protections individuelles (blouses, charlottes, gants...) ».

+60 % de production

Conséquence pour la société inventeur du papier essuie-mains prédécoupé, une capacité accrue « de 60 % dans la production d'essuie-mains, de draps d'examen et papiers hygiéniques au sein de notre usine de Genas qui tourne désormais en 3x8 avec les samedis travaillés pour sortir plus de 50 tonnes de ouate par jour ».

Plusieurs entrepôts logistiques régionaux ont été renforcés comme celui de Genas (8 500 m²) qui prépare des commandes pour les clients de Rhône-Alpes.

Plateforme logistique toute neuve

Déjà en 2019, Paredes signé de gros contrats venus alimenter ses carnets de commande pour plusieurs années (70 millions d'euros avec l'Union des hôpitaux pour les achats, 4 millions avec Ramsay Santé). Et elle vient d'inaugurer sa nouvelle plateforme logistique automatisée, destinée justement à se réorganiser pour éviter les ruptures de livraison.

Elle avait prévu avant la crise d'investir 10 millions d'euros (nouvelles machines, nouveau site e-commerce) tout en visant un chiffre d'affaires en croissance de 4 %, « soit 3 fois le marché », apprécie le patron, François Thuilleur.



60 L'entreprise de Genas

60 L'entreprise de Genas Paredes a vu ses commandes de produits d'hygiène progresser de 60 % en mars. « *L'usine de Genas tourne désormais en 3 x 8 avec les samedis travaillés pour sortir plus de 50 tonnes de ouate par jour et produire essuie-mains, draps d'examen et papiers hygiéniques* », précise la société qui vient d'inaugurer sa nouvelle plateforme de logistique automatisée. ■



Paredes : « Nous avons battu un record de production avec 50 tonnes de ouate par jour, soit le double de la normale ! »



Paredes, le groupe lyonnais spécialisé dans la fourniture de produits d'hygiène et de protections professionnelles, travaille jour et nuit pour répondre à la demande de ses clients. A la veille de la crise du Covid-19, il venait tout juste de mettre en place une nouvelle organisation logistique et des stocks importants pour améliorer ses performances. **François Thuilleur**, directeur général, fait le point sur la manière dont il mobilise son entreprise.

Bref Eco : Depuis quand et dans quelles proportions êtes-vous impactés par les conséquences de la crise du coronavirus ?

François Thuilleur : Nous avons déjà perçu une hausse de 10 % des demandes dès février, tirées par des commandes de précaution, essentiellement en provenance des établissements de santé (hôpitaux, cliniques et Ehpad). Les produits concernés en priorité étaient alors les masques et les gels hydroalcooliques.

Depuis mars, les commandes explosent : +115 % de commandes saisies en mars 2020 par rapport à mars 2019. Et ce, sur une gamme beaucoup plus large : blouses, combinaisons, charlottes, surchaussures, lunettes pour soignants, gants vinyle, gants nitrile, savons, essuie-mains...

Bref Eco : Ces commandes émanent-elles de vos clients habituels ou de nouveaux clients ?

François Thuilleur : En février, les clients étaient principalement nos clients fidèles de la santé, de l'industrie, des collectivités et des entreprises de propreté. Depuis mars et surtout la mise en place du confinement le 17 mars, les commandes affluent également de la part de nouveaux clients. De 45 % habituellement, la santé représente en mars près de 60 % des commandes, suivie des industries agroalimentaires et pharmaceutiques qui ont de forts besoins.

Nous avons le plus gros stock de produits d'import du marché de l'hygiène

Bref Eco : La nouvelle organisation logistique mise en place récemment a-t-elle un impact sur vos capacités à répondre à cette crise ?

François Thuilleur : Au contraire de beaucoup de concurrents, nous avons misé sur un stock important de masques, gants et autres produits importés sur notre nouveau hub de Saint-Quentin-Fallavier qui comptait 17.000 palettes au début de la crise. Aujourd'hui, nous avons le plus gros stock de produits d'import du marché de l'hygiène et sommes le seul distributeur à disposer d'un entrepôt central de 20.000 m² capable d'accueillir 21.000 palettes en

soutien des stocks régionaux. Nous avons fortement augmenté nos commandes de réapprovisionnement et avons pour 30 millions d'euros de stock.

Paredes a mis en place, dès le 17 mars, une prime hebdomadaire de 100 euros

Bref Eco : Quel est l'impact de cette crise sur l'organisation du travail ?

François Thuilleur : 450 des 600 collaborateurs en France sont en télétravail depuis le 17 mars : services clients, commerciaux et fonctions support. 150 opérateurs logistiques (répartis sur 9 entrepôts régionaux et le hub de Saint-Quentin-Fallavier) et industriels (usine de transformation de ouate à Genas) restent sur les sites. Le personnel a répondu présent à 100 % partout en France. L'usine de transformation de ouate de Genas est passée en 3X8, 6 jours sur 7 en mars et passe en 3X8, 7 jours sur 7 sur avril. Nous avons battu un record de production de ouate avec 90.000 colis produits à Genas, correspondant à près de 50 tonnes de ouate par jour, soit le double de la normale ! De nombreux sites logistiques travaillent le samedi, voire en 3X8 pour faire face à l'afflux de commandes. Les gestes barrières sont rappelés constamment par le management et les protections utiles sont disponibles ce qui a permis de ne compter que deux malades (guéris depuis) sur l'ensemble des sites.

Pour les collaborateurs de la logistique et de l'usine, **Paredes** a mis en place, dès le 17 mars, une prime hebdomadaire de 100 euros qui pourra atteindre 2.000 euros en cumul, conformément aux recommandations du gouvernement.

Bref Eco : Pensez-vous, après la crise, devenir vous-même producteur de certains produits outre les produits ouatés ?

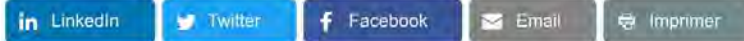
François Thuilleur : A ce jour, nos fournisseurs produisent en France à 80 % et restent mobilisés en tant que maillon de la chaîne sanitaire pour accompagner l'essor des besoins. Pour l'avenir, toutes les options sont ouvertes, en particulier ce qui nous permettra d'assurer la meilleure garantie d'approvisionnement de nos clients en produits d'hygiène. Nous poussons nos fournisseurs à investir toujours plus en France et en Europe pour être moins dépendants de l'Asie.

* A noter que **Paredes** a prévu d'ici quelques semaines de faire d'importants dons de masques, en cours d'importation, à l'hôpital de la Croix Rousse, à la Gendarmerie et la Police du Rhône ainsi qu'à la Région Auvergne-Rhône-Alpes.



F. Thuilleur (Paredes) : "La consommation d'eau par salarié a diminué de 55 % en cinq ans"

Publié le 06-02-2020



Fondée en 1942, l'entreprise familiale Paredes est un leader du marché de l'hygiène et de la protection professionnelles en France et en Italie. En ligne avec les valeurs du groupe, François Thuilleur, directeur général pérennise la démarche RSE de Paredes.

Décideurs. Paredes vient d'obtenir la certification « Gold » décernée par l'agence de notation EcoVadis. De quoi s'agit-il ?

François Thuilleur. Nous sommes fiers de cette certification qui récompense Paredes pour son engagement et sa performance en matière de responsabilité sociétale d'entreprise (RSE). Elle fait écho à nos différentes initiatives passées, aujourd'hui réaffirmées dans le cadre de notre charte éthique et de notre démarche RSE « Vert l'avenir ». Grâce à ces actions, nous avons obtenu la note de 67/100, nous positionnant ainsi dans les 5 % des meilleures entreprises de notre secteur, les plus avancées en France en matière de RSE.

Comment se décline votre stratégie RSE ?

Elle concerne en premier lieu nos collaborateurs, notre ressource la plus essentielle. Raison pour laquelle nous avons choisi de les associer aux bénéfices du groupe. Dans le cadre du nouveau plan stratégique #DEFI2022, le comité exécutif a défini la mise en place, dès l'exercice 2020, d'un système de rémunération tourné vers la performance. La règle des trois tiers permettra d'assurer une redistribution des bénéfices aux différentes parties prenantes : entreprise, actionnaires et collaborateurs. Nous favorisons également la diversité dans ses principaux aspects : l'égalité salariale à poste équivalent ainsi que l'égalité hommes-femmes. Nous soutenons l'intégration de travailleurs handicapés dans nos équipes et l'emploi des jeunes grâce à l'alternance et au contrat de professionnalisation. Concernant



l'environnement, [Paredes](#) a mis en place une politique forte de gestion des ressources, visant à suivre régulièrement ses consommations d'énergie au travers d'un plan de progrès. En choisissant de rénover entièrement les bâtiments et installations, nous avons réduit notre empreinte énergétique. En cinq ans, la consommation d'eau par salarié a diminué de 55 % et celle d'électricité de 20 %. Soucieux de l'impact environnemental de ses déchets, l'entreprise trie et recycle aujourd'hui 95 % d'entre eux sur l'ensemble de ses agences et sites de production. Par ailleurs, nous accompagnons nos clients avec des actions d'éco-coaching et de suivi des consommations pour que le strict nécessaire soit consommé.

« Je suis allergique au "greenwashing". Notre discours est réel et tangible »

Comment est-ce accueilli par vos clients ?

Nous venons de remporter un marché de 10 millions d'euros par an sur sept ans. Nous avons communiqué sur le fait que nous produisons 100 % en France, des produits ecolabel en ouate recyclée. Cela a joué un rôle significatif dans le choix du client.

Envisagez-vous d'adopter le statut d'entreprise à mission ?

Nous avons anticipé la loi Pacte et avons déjà formulé notre raison d'être : « Rendre le monde professionnel plus propre, plus sûr et plus respectueux de l'environnement ». Nous avons entamé les démarches pour modifier juridiquement nos statuts. [Paredes](#) est simplement en train d'officialiser une démarche qui est, depuis toujours, dans son ADN. Notre code de déontologie est aujourd'hui signé par tous les directeurs et remis à tous nos collaborateurs. Je m'inscris dans une continuité et suis allergique au « greenwashing ». Notre discours est réel et tangible.

Roxane Croisier



Paredes : « Nous avons battu un record de production avec 50 tonnes de ouate par jour, soit le double de la normale ! »

Alban Razia

Paredes, le groupe lyonnais spécialisé dans la fourniture de produits d'hygiène et de protections professionnelles, travaille jour et nuit pour répondre à la demande de ses clients. A la veille de la crise du Covid-19, il venait tout juste de mettre en place une nouvelle organisation logistique et des stocks importants pour améliorer ses performances. François Thuilleur, directeur général, fait le point sur la manière dont il mobilise son entreprise.



Ouvert il y a peu, le stock central de Paredes à Saint-Quentin-Fallavier joue un rôle central dans la capacité de l'entreprise à répondre à la demande.

Bref Eco : Depuis quand et dans quelles proportions êtes-vous impactés par les conséquences de la crise du coronavirus ?

François Thuilleur : Nous avons

déjà perçu une hausse de 10 % des demandes dès février, tirées par des commandes de précaution, essentiellement en provenance des établissements de santé (hôpitaux, cliniques et Ehpad). Les produits concernés en priorité étaient alors les masques et les gels hydroalcooliques. Depuis mars, les commandes explosent : +115 % de commandes saisies en mars 2020 par rapport à mars 2019. Et ce, sur une gamme beaucoup plus large : blouses, combinaisons, charlottes, surchaussures, lunettes pour soignants, gants vinyle, gants nitrile, savons, essuie-mains...

Bref Eco : Ces commandes émanent-elles de vos clients habituels ou de nouveaux clients ?

François Thuilleur : En février, les clients étaient principalement nos clients fidèles de la santé, de l'industrie, des collectivités et des entreprises de propreté. Depuis mars et surtout la mise en place du confinement le 17 mars, les commandes affluent également de la part de nouveaux clients. De 45 % habituellement, la santé représente en mars près de 60 % des commandes, suivie des industries agroalimentaires et pharmaceutiques qui ont de forts besoins.

Nous avons le plus gros stock de

produits d'import du marché de l'hygiène

Bref Eco : La nouvelle organisation logistique mise en place récemment a-t-elle un impact sur vos capacités à répondre à cette crise ?

François Thuilleur : Au contraire de beaucoup de concurrents, nous avons misé sur un stock important de masques, gants et autres produits importés sur notre nouveau hub de Saint-Quentin-Fallavier qui comptait 17.000 palettes au début de la crise. Aujourd'hui, nous avons le plus gros stock de produits d'import du marché de l'hygiène et sommes le seul distributeur à disposer d'un entrepôt central de 20.000 m² capable d'accueillir 21.000 palettes en soutien des stocks régionaux. Nous avons fortement augmenté nos commandes de réapprovisionnement et avons pour 30 millions d'euros de stock.

Paredes a mis en place, dès le 17 mars, une prime hebdomadaire de 100 euros

Bref Eco : Quel est l'impact de cette crise sur l'organisation du travail ?

François Thuilleur : 450 des 600 collaborateurs en France sont en télétravail depuis le 17 mars :



services clients, commerciaux et fonctions support. 150 opérateurs logistiques (répartis sur 9 entrepôts régionaux et le hub de Saint-Quentin-Fallavier) et industriels (usine de transformation de ouate à Genas) restent sur les sites. Le personnel a répondu présent à 100 % partout en France. L'usine de transformation de ouate de Genas est passée en 3X8, 6 jours sur 7 en mars et passe en 3X8, 7 jours sur 7 sur avril. Nous avons battu un record de production de ouate avec 90.000 colis produits à Genas, correspondant à près de 50 tonnes de ouate par jour, soit le double de la normale ! De nombreux sites logistiques travaillent le samedi, voire en 3X8 pour faire face à l'afflux de commandes. Les gestes barrières sont rappelés constamment

par le management et les protections utiles sont disponibles ce qui a permis de ne compter que deux malades (guéris depuis) sur l'ensemble des sites.

Pour les collaborateurs de la logistique et de l'usine, Paredes a mis en place, dès le 17 mars, une prime hebdomadaire de 100 euros qui pourra atteindre 2.000 euros en cumul, conformément aux recommandations du gouvernement.

Bref Eco : Pensez-vous, après la crise, devenir vous-même producteur de certains produits outre les produits ouatés ?

François Thuilleur : A ce jour, nos fournisseurs produisent en France à 80 % et restent mobilisés en tant que maillon de la chaîne sanitaire pour accompagner l'essor des besoins.

Pour l'avenir, toutes les options sont ouvertes, en particulier ce qui nous permettra d'assurer la meilleure garantie d'approvisionnement de nos clients en produits d'hygiène. Nous poussons nos fournisseurs à investir toujours plus en France et en Europe pour être moins dépendants de l'Asie.

* A noter que Paredes a prévu d'ici quelques semaines de faire d'importants dons de masques, en cours d'importation, à l'hôpital de la Croix Rousse, à la Gendarmerie et la Police du Rhône ainsi qu'à la Région Auvergne-Rhône-Alpes. ■

DEPUIS MARS, LES COMMANDES EXPLOSENT : + 115 % PAR RAPPORT

*DEPUIS MARS, LES
COMMANDES EXPLOSENT : +
115 % PAR RAPPORT À MARS
2019, SUR UNE GAMME,
BEAUCOUP PLUS LARGE
(BLOUSES, COMBINAISONS,
CHARLOTTE...).*

François Thuilleur, directeur général
de Paredes, groupe lyonnais
spécialisé dans la fourniture de
produits d'hygiène et de protection
professionnelle ■

André Lerond, ancien de l'OL, a fait le succès de Paredes

Paredes a été fondée en 1942 à Villeurbanne par un chiffonnier espagnol. Pendant un demi-siècle, de 1963 à 2012, sa direction a été assurée par le gendre du fondateur, André Lerond, ancien capitaine de l'OL et membre de la légendaire équipe de France de football qui s'est classée 3^e de la Coupe du monde 1958 (en Suède). Après avoir raccroché les crampons en 1963, il prend la tête de l'entreprise familiale, avec son épouse Jeanne. Trois ans plus tard, il innove en créant la première bobine d'essuyage en ouate de cellulose. Une innovation qui transformera le groupe et lui ouvrira un nouveau marché, conduisant en 1972 à la création du groupe Prop. L'entreprise invente en 1974 le premier distributeur d'essuie-mains, baptisé Paredis. Une invention reconnue mondialement dont les royalties ont fait la fortune de la société. En 1988, l'entreprise crée une filiale en Italie, avec des clients prestigieux comme Ferrero et Pininfarina. Le capitaine de foot et d'industrie s'est éteint le 8 avril 2018 à l'âge de 87 ans. François Thuilleur devient alors le nouveau directeur général du groupe Paredes.

Il a occupé, au cours des 20 dernières années, différents postes de direction, à travers l'Europe, au sein de l'Alliance Renault-Nissan puis de REXEL, dont il était membre du comité exécutif.



À Lyon au restaurant l'Est, le 29 avril 2012, après la victoire en Coupe de France, le président Jean-Michel Aulas avec Rémi Garde, Bernard Lacombe et l'ancien capitaine de l'OL André Lerond qui porte la coupe. Photo archives Progrès /Stéphane GUIOCHON

■

Paredes, spécialiste de l'hygiène et de la protection, sur le pont jour et nuit

Paredes, l'entreprise familiale lyonnaise qui a inventé le papier essuie-mains prédécoupé, a doublé sa production. Ses employés travaillent jour et nuit pour sortir plus de 50 tonnes de ouate par jour.

Damien LEPETITGALAND

« De 45 % habituellement, la santé représente en mars près de 60 % des commandes, suivie des industries agroalimentaires et pharmaceutiques qui ont de forts besoins. »

L'entreprise familiale lyonnaise Paredes est un leader du marché de l'hygiène et de la protection professionnelle en France et en Italie. Elle est largement sollicitée depuis le début de la crise du Coronavirus. Pour répondre à la demande, elle a dû s'adapter. « La production d'essuie-mains, de draps d'examen et papiers hygiéniques au sein de l'usine de Genas tourne désormais en 3 x 8 et 7 jours sur 7 pour sortir plus de 50 tonnes de ouate par jour », confie son directeur général, François Thuilleur.

L'entreprise a dû embaucher et avoir recours à des intérimaires pour répondre à l'explosion des commandes. « 450 des 600 collaborateurs en France sont en télétravail depuis le 17 mars. 150 opérateurs logistiques et industriels restent sur les sites. Le personnel a répondu présent à 100 %. Les gestes barrières sont respectés et les protections sont disponibles, ce qui a permis de dénombrier seulement deux malades sur l'ensemble des sites », confie François Thuilleur.

L'entreprise dispose d'un entrepôt central de 20 000 m² à Saint-Quentin-Fallavier en Isère, avec un stock important (6 000 références) pour environ six mois en temps normal. « L'enjeu pour nous est de pouvoir se réapprovisionner dans les prochaines semaines en vue notamment de la rentrée de septembre. Comme tout le monde, nous avons eu des problèmes d'approvisionnement en masques et gel hydroalcoolique avec une hausse soudaine de plus 200 % des commandes », précise-t-il. Un épisode qui fait réfléchir pour l'avenir. « Nous poussons nos fournisseurs à investir toujours plus en France et en Europe pour être moins dépendants de l'Asie, pourquoi pas de l'autre côté de la Méditerranée », ajoute le chef d'entreprise.

Prêt à équiper les écoles, collèges et lycées

Selon lui, il y aura un avant et un après, notamment en ce qui concerne l'organisation du travail, avec une généralisation probable du télétravail avec des réunions régulières organisées pour garder le contact humain. Le chef d'entreprise se dit prêt à répondre aux collectivités, notamment pour équiper les écoles en produits

d'hygiène pour la rentrée progressive des élèves (savon, gel hydroalcoolique, papier essuie-mains, etc.). Chez Paredes, on a conscience qu'il va falloir vivre avec le virus et que l'hygiène va prendre une part importante de notre quotidien. Il est prévu 5 millions d'euros d'investissement cette année dans la logistique, la production et l'informatique. L'entreprise souhaite progresser dans le domaine incontournable de l'e-commerce. Le chiffre d'affaires de l'entreprise s'élève à 180 millions d'euros en 2019. Elle mise sur une hausse de 20 % en 2020, si elle est en capacité de répondre aux commandes. L'entreprise a commandé en Chine 300 000 masques pour faire des dons à l'hôpital de la Croix-Rousse, à la gendarmerie et la police du Rhône ainsi qu'à la région Auvergne Rhône-Alpes.





François Thuilleur mise sur une augmentation de 20 % du chiffre d'affaires 2020. Photo Progrès /DR



Rhône | Économie Paredes, spécialiste de l'hygiène et de la protection, sur le pont jour et nuit

Damien Lepetitgaland

Paredes, l'entreprise familiale lyonnaise qui a inventé le papier essuie-mains prédécoupé, a doublé sa production. Ses employés travaillent jour et nuit pour sortir plus de 50 tonnes de ouate par jour.

Dans un article Dans ma ville Lyon Saint-Etienne Le Puy-en-Velay Bourg-en-Bresse Lons-le-Saunier

Coronavirus Lyon

Lyon-bassin Edition Lyon - Villeurbanne Economie Consommation Industrie Commerce et services Vie des entreprises Rhône Genas Edition Est Lyonnais Fil Info

Repères

La production [...] au sein de l'usine de Genas tourne désormais en 3 x 8 et 7 jours sur 7

François Thuilleur, directeur général de Paredes

L'entreprise recrute

Pour ses collaborateurs, Paredes a mis en place, dès le 17 mars, une prime hebdomadaire de 100 € qui pourra atteindre 2 000 € cumul, dite "prime Macron". Pour motiver ses troupes, le groupe fonctionne également avec un système de partage des bénéfices par tiers (actionnaires, salariés et entreprise). L'entreprise vient d'embaucher cinq personnes en logistique et recherche encore du personnel dont un conducteur de machine et un chargé

de maintien électronique.



*Paredes recrute sur ses sites de Genas et de Saint-Quentin-Fallavier en Isère.
 Photo Progrès /D. R.*

■



Reprise d'activité : où se fournir en matériel de protection ?



Dans le cadre de la reprise d'activité progressive des entreprises suite à l'épidémie du Covid-19, le pôle de compétitivité Mont-Blanc Industries a publié une liste de contacts utiles pour se fournir en matériel de protection pour les salariés. En voici les principaux points.

Cette liste très complète a été élaborée en collaboration avec le GIE Val Essor 74 spécialisé dans les achats. Elle fournit notamment des adresses dans le domaine des masques et des gels hydroalcooliques.

Concernant les masques chirurgicaux, « le GIE travaille à mettre en place une filière d'approvisionnement 100% locale en circuit court avec un adhérent qui déploie des lignes de production de masques chirurgicaux et FFP2 », signale le pôle Mont-Blanc Industries. L'objectif est la mise en route de ce circuit à partir du 15 mai. Le GIE propose aux entreprises intéressées de répondre à un très court sondage afin de collecter les besoins.

Pour les masques à visières, plusieurs adhérents du pôle ont partagé les fichiers pour impression 3D des masques à visière. Une solution clip + casquette a été mise au point par la société Nicomatic. Il est possible de récupérer les clips aujourd'hui de 14h à 15h chez Alpes EPI à Cluses. Plusieurs sociétés de la vallée proposent des visières : Savoy International, Seb Automatism, ou TMCS (voir les détails dans l'article de Mont-Blanc Industries). La CCI a de son côté mis en place avec la CMA un approvisionnement via Cdiscount.

Pour les masques alternatifs tissus, une plateforme a été mise en place par la filière Mode et luxe et la DGE : Savoirfaireensemble. Une liste des fournisseurs en AURA a été également publiée.

Enfin, pour les gels hydroalcooliques, une liste de référents a été publiée par le pôle. On y trouve notamment les sociétés Bocard (Annemasse), CI2P (Chambéry), le laboratoire Match, ou encore les entreprises Mabeo, Orexad et **Paredes**.



QUALITÉ

LE POINT SUR NETTOYAGE ET DÉSINFECTION

Sans résidus : vers des détergents et désinfectants plus biodégradables



Sans ammoniums quaternaires, sans AMPA, sans EDTA..., les fournisseurs de produits de nettoyage et de désinfection adaptent leurs formulations pour répondre à des cahiers des charges toujours plus exigeants.

FORMULATION Les fournisseurs de produits détergents et désinfectants font face à une équation complexe pour éviter tout risque de contamination dans les aliments. Ils doivent proposer des formulations qui soient à la fois efficaces, faciles à rincer et sans risques de résidus aussi bien sur les surfaces que dans l'environnement. Avec, cerise sur le gâteau, des temps de nettoyage réduits. À cette liste, s'ajoutent de nouvelles contraintes avec des cahiers des charges de plus en plus restrictifs et qui évoluent vite. « *Ce qui est compliqué aujourd'hui, c'est d'être performant et de se passer de certaines molécules pour obtenir des formules qui doivent être fiables et stables. Une reformulation peut prendre six mois à deux ans, et ne plus être conforme l'année suivante* », commente Cyril Cormier, chef produits et applications au sein de Quaron. « *Nous adoptons une démarche proactive pour répondre à ces*

LES TROIS PRINCIPAUX RÉSIDUS ÉLIMINÉS DES FORMULES

Les considérations environnementales entraînent l'éviction de certaines molécules chimiques et l'utilisation de produits davantage biosourcés.

AMMONIUMS QUATERNAIRES

Rémanents, ils se rincent difficilement. Ce qui entraîne un risque de migration potentielle sur l'aliment. Ils peuvent être cancérigènes à forte dose.

RÉSIDUS AMPA

Ils sont issus de la dégradation des phosphonates et recherchés dans les eaux résiduaires en sortie de Step.

EDTA

L'utilisation de ce complexant génère des problèmes d'eutrophisation dans l'eau.

3

ENTRE OCTOBRE 2017 ET JANVIER 2020, trois rappels produits ont été opérés suite à des défauts de rinçage. Le dernier en date concerne Galliance suite à un risque potentiel de traces de produit de nettoyage sur des condiments.

cahiers des charges », ajoute Laurie-Anne Espérance, responsable marketing et communication d'Ecolab.

ÉVINCER LES AMMONIUMS QUATERNAIRES

Lancée il y a quelques années par le retrait progressif des ammoniums quaternaires en raison de leur persistance dans l'environnement, la tendance du « sans » s'affirme de plus en plus. « *Sur le plan réglementaire, les ammoniums quaternaires sont les seuls à être encadrés par une limite maximale résiduelle de 100 ppb dans les aliments* », rappelle

Bruno Guillaumin, responsable formulation et support technique de Diversey. Certains fournisseurs les ont éliminés de leurs formulations, à l'instar de Quaron pour certaines de ses gammes et de Paredes. Ce dernier privilégie le « sans ammonium quaternaire » pour les nettoyages en trois phases. « *Nous proposons des détergents biocides proches de la neutralité sur base amine, à l'instar de notre gamme de détergent PROP Antibak MoussPro* », commente Jean-Yves Bastin, chef de marché industrie. Le groupe Kersia, formé suite au regroupement d'Hyprod, Antigerme et LCB

SIX NOUVEAUX PRODUITS

DIVERSEY

Dédié aux surfaces ouvertes, le détergent alcalin **Divosan Sanibright** est plus alcalin et sans EDTA. Le Divosan Saniperfect se caractérise par un pH plus faible, et peut être formulé sans ammonium quaternaire. Enfin, le Divosan Sanisigma s'utilise à plus faible dose.



PAREDES

Paredes propose des détergents désinfectants sans ammoniums quaternaires, à l'instar de la solution **Prop Antibak MoussPro**. Un second produit alcalin sur base amine est actuellement en phase de validation. Il se caractérise par un pouvoir dégraissant très élevé.

ECOLAB

Le programme de nettoyage membranaire **UltrasilMembrane Care 2.0** est dédié aux industries laitières pour augmenter la capacité de filtration jusqu'à 10 %. Il facilite le rinçage et minimise l'impact environnemental, les détergents étant exempts entre autres d'EDTA. De plus, la teneur en tensio-actifs est diminuée grâce à un nettoyage enzymatique breveté.

KERSIA

Kersia a lancé fin 2019 le détergent alcalin moussant **Deptal F-SCG**, formulé à base d'agents biodégradables, pour les surfaces sales et souillées telles que les ateliers d'éviscération. Plusieurs détergents à base d'agents complexants facilement biodégradables ont été développés à la fois pour les surfaces et les circuits fermés.

RÉALCO

Realco propose une solution tout-en-un pour la prévention des biofilms, à la

fois pour les circuits fermés (**Biorem CIP**) et pour les surfaces (**Biorem Foam**). « La base détergente est formulée avec un cocktail enzymatique. L'utilisateur n'a pas à reconstituer la solution. Ce qui simplifie les manipulations », commente Benoît Duculot, responsable technique.

QUARON

Dédié à tous les types de surfaces, le détergent moussant **Arvo Bionil 600** contient des séquestrants et tensio-actifs issus de matières premières d'origine végétale. Le Baso SW DDM est formulé sans ammonium quaternaire et sans AMPA. Des projets R & D sont en cours sur les circuits fermés.



Food Safety, Kilko et les Laboratoires Choisy, s'est également lancé dans cette démarche, au travers de son projet Green Alliance dont l'objectif est d'aller vers une chimie plus verte. « Nous ne développons plus de produits contenant des ammoniums quaternaires et venons d'entamer un projet de substitution », commente Marianne Lagrée, directrice marketing.

SANS AMPA, SANS EDTA

Une demande plus récente, et de plus en plus récurrente, est le retrait de l'acide aminométhylphosphonique (AMPA), un produit de dégra-

datation des phosphonates et plus précisément de l'ATMP (Acide Aminé Triméthylène Phosphonique). « Il est recherché dans les eaux résiduelles en sortie de stations de traitement des eaux usées (Step). Dans les formules, il a un rôle de séquestrant : il va capter les minéraux de l'eau pour limiter les dépôts lors du nettoyage. En reformulant les produits, nous arrivons à ne pas générer ces résidus », indique Cyril Cormier de Quaron, qui a lancé l'an dernier le détergent alcalin Indal CTP 45 H. Diversey a également retiré les ATMP de ses produits. « Suite à la demande d'un client, nous



QUALITE
LE POINT SUR NETTOYAGE ET DÉSINFECTION

avons reformulé nos solutions avant de le généraliser à toute la gamme », commente Bruno Guillaumin. « Nous avons remplacé les phosphonates par d'autres inhibiteurs d'entartrage non-fournisseurs d'AMPA, avec une efficacité comparable », affirme de son côté Marianne Lagrée de Kersia. Son usage est également limité chez Ecolab, tout comme celui de l'EDTA.

Utilisé comme complexant, l'EDTA (acide éthylène-diaminetétraacétique), est également dans le viseur. « Pour l'instant, il n'existe pas de réglementation officielle en France, toutefois il est interdit dans certains pays comme la Suisse. Cette molécule n'est pas reconnue par l'OCDE comme facilement biodégradable. Quand cela est possible, nous nous en passons », indique Marianne Lagrée de Kersia.

« Les coûts des matières actives biosourcées sont aujourd'hui plus abordables »

CYRIL CORMIER
CHEF PRODUITS ET APPLICATIONS
DE QUARON

« Son temps de dégradation en station est considéré comme trop long », ajoute Cyril Cormier.

Pour le bio par exemple, les cahiers des charges exigent l'absence d'EDTA pour éviter toute toxicité aquatique. « Cette réglementation est en cours de refonte et devrait évoluer pour 2021 », précise Bruno Guillaumin de Diversey. Le fabricant a développé le produit Divosan Sanibright pour les surfaces ouvertes. Il est sans EDTA et son pouvoir alcalin lui confère une



2021

Une évolution de la réglementation bio est attendue pour 2021.

action plus détergente. Également sans EDTA, le produit HighStar est dédié aux circuits fermés. Le groupe Kersia a de son côté procédé à un travail de reformulation pour substituer l'EDTA par des agents biodégradables dans le désinfectant DEP-TIL BC MAX dédié aux circuits fermés. « Il s'agit d'une reformulation plus poussée. Cela a nécessité d'optimiser la concentration en substances actives afin d'éviter la surconsommation de substances biocides et de limiter les risques de résidus dans l'environnement et les aliments à la fin du rinçage », explique Camille Fauchon, Food category manager au sein de Kersia. Des alternatives à l'EDTA avec de meilleurs profils de biodégradabilité sont également étudiées du côté d'Ecolab.

DES MATIÈRES ACTIVES BIOSOURCÉES

Attention toutefois aux étiquettes. « Sur le « sans », la DGCCRF utilise le guide des allégations environnementales comme référentiel », indique Sonia Benacquista, directrice réglementaire de l'Association Française des Industries de la détergence, de l'entretien et des produits d'hygiène industrielle.

D'une manière globale, ces considérations environnementales conduisent les fournisseurs à s'approvisionner en matières actives biosourcées pour proposer des formules de plus en plus biodégradables. « Les coûts sont plus abordables qu'avant », commente Cyril Cormier de Quaron. Le fabricant s'est orienté vers des tensioactifs à base de coco ou de sucre de betterave. « Ce sont des matières premières que nous privilégions au maximum », poursuit-il. « Nous utilisons certains actifs comme les sucroglycérides, qui sont issus de l'industrie du maïs, ou de la fécule comme tensioactif en greffant de l'oxyde d'éthyle dessus. Seulement, ces matières actives ont tendance à mousser et sont de fait principalement utilisées sur les surfaces ouvertes », observe Bruno Guillaumin de Diversey, qui propose également la gamme Sure, formulée à base d'acide lactique et destinée aux collectivités. « Tous les tensio-actifs utilisés dans nos détergents sont biodégradables. Une partie peut être d'origine végétale, puis transformée par des réactions de synthèse », commente Laurie-Anne Espérance d'Ecolab.

Pour certains fournisseurs, ces considérations envi-

ronnementales pourraient pousser les entreprises à se tourner vers des solutions enzymatiques.

L'ALTERNATIVE ENZYMATIQUE

« Ces solutions ne sont pas agressives vis-à-vis des surfaces. Leur pH proche de la neutralité permet un meilleur rinçage et une formulation pauvre en séquestrant. D'un point de vue environnemental, les enzymes vont dégrader les salissures (amidon, protéines) en monomères, rendant l'effluent plus rapidement assimilable par les Step », commente Jean-Yves Bastin de Paredes. De son côté, Quaron teste une nouvelle formule enzymatique dédiée aux circuits et membranes. « Nous avons pris du retard sur le lancement avec l'épidémie de Covid-19, qui nous a mobilisés sur la production d'alcool », commente Cyril Cormier.

Le spécialiste des enzymes Realeco met aussi en avant la biodégradabilité de ses produits, qui sont distribués en France par Kersia. Grâce à son centre R & D dans lequel il investit 15 % de son chiffre d'affaires, le belge propose une nouvelle gamme pour le traitement des biofilms avec la solution Biorem 2G dont l'action a été renforcée.

● Marjolaine Céro

**GELS, MASQUES, DÉSINFECTANTS**

Fabricants et distributeurs font face aux pénuries

→ Les usines tournent à plein régime, mais la pénurie de gels et peut-être de désinfectants dans les semaines qui viennent, mettent les entreprises à rude épreuve. Un test grandeur nature qui permet de mesurer l'extrême tension d'un marché mondialisé, mais aussi et surtout la capacité de réaction et l'engagement des fournisseurs et des distributeurs.

Des usines qui se réorganisent pour produire sept jours sur sept et 24 heures sur 24, des grandes marques du luxe qui transforment le parfum en gel hydroalcoolique et leurs accessoires haute couture en masque de protection... Des distributeurs qui voient leurs stocks fondre comme neige au soleil en plein mois de mars ou font détourner des millions de masques sur le tarmac d'un aéroport chinois...

UNE DEMANDE MULTIPLIÉE PAR DIX OU CENT SELON LES PRODUITS

« Il s'agit d'une situation sans précédent. Nos deux sites de production de Lyon et Saint-Vulbas fonctionnent 24 heures sur 24 avec des effectifs renforcés puisque nous employons actuellement quelque 150 intérimaires contre dix à quinze en temps normal avec des mesures inédites de sécurité. En 2009, nous avons connu un pic d'activité, mais pas de ce niveau et pas aussi longtemps. Nous avons la chance d'avoir un outil qui est bien dimensionné et avons pu anticiper en voyant ce qui se passait un mois plus tôt dans notre usine de Singapour, mais nous sommes vraiment dans une situation folle ! » interpelle Guy Chiffot, président d'Orapi. Pour les producteurs de gels et solutions hydroalcooliques – qui réussissent encore à se fournir en alcool en s'associant parfois à des distillateurs et bouilleurs de crus – la pénurie en flacons, en pompes ou encore en étiquettes impose de s'adapter en termes de

conditionnement. « Nos clients, hôpitaux notamment, acceptent de changer leurs habitudes et d'être livrés en bidons de 5 litres » complète pour sa part Marc Marouani, le dirigeant du Gafic qui doit faire face à une situation encore plus compliquée pour honorer les commandes d'EPI, et de masques notamment.

La dimension mondiale prise par la crise sanitaire qui plonge aujourd'hui toute l'Europe et les États-Unis dans un véritable chaos, renforce les réflexes protectionnistes. Ainsi, un adjuvant pour gel hydroalcoolique est actuellement bloqué par les industriels américains qui le réservent à leurs industriels...

ENVISAGER LE « JOUR D'APRÈS »

Des anecdotes plus insensées les unes que les autres donnent la mesure de la folie planétaire qui règne depuis des semaines sur le marché des produits de désinfection et des équipements de protection de la personne (EPI). « Il faut se concentrer sur les jours d'après et la façon dont on sera ou pas capable de ne pas revivre une situation pareille. La plupart d'entre nous ne peuvent pas envisager de reconstituer leurs stocks avant l'été, et encore en étant très optimistes ! Les règles du jeu vont changer et les prix aussi. Nous devons raisonner au niveau français et européen pour sécuriser la production et la distribution d'une gamme de produits d'hygiène et de protection à destination des professionnels de la santé. Les fabricants comme les distributeurs doivent se mettre autour de la table pour préparer cet « après Covid-19 » sinon nous vivrons à nouveau ce type de catastrophe » exhorte un distributeur aguerri. ■



A Troyes, dans une région fortement touchée par l'épidémie, le groupe Paredes a pu poursuivre son activité grâce au respect strict des gestes barrières et au port des EPI. (Paredes)

Paroles d'industriel**Anne Le Gallet, directrice marketing Action Pin**

« Pour répondre à tous nos clients, nous avons doublé nos capacités de production. Sur le mois de mars 2020, l'activité hygiène a vu ses volumes globaux progresser de 40 % par rapport à mars 2019. Au sein de notre famille de produits Bactopin Plus, les volumes des désinfectants de surfaces prêts à l'emploi ont été multipliés par vingt ! En même temps, la gamme des concentrés progresse de 130 %.

Les progressions et la demande sont également très fortes sur tous nos autres produits ayant des activités virucides. Dans ce contexte, nous devons faire face à une pénurie de matières premières et d'emballages. Nos transporteurs rencontrent également des difficultés liées à l'absentéisme. Ceci complexifie notre capacité à répondre à la demande de nos clients. Nous devons donc gérer des ruptures et orienter nos clients dans leurs choix de produits. Ainsi, nous avons développé de nouvelles références pour inciter nos clients à réutiliser les pulvérisateurs des mêmes références en les remplissant à nouveau. Nous devons aussi nous préparer à suivre les nouvelles consignes de désinfection et notamment accompagner les services techniques, sociétés de 3D et entreprises de propreté dans la désinfection des rues, des mobiliers urbains et des sites de production en activité. Il s'agit là d'usages différents qui vont nécessiter des conditionnements plus importants en 10 litres, 20 litres voire en fûts de 200 litres. » ■

Tous engagés face à la crise !



Installé au Port, à La Réunion, la société Starco distribue des produits d'hygiène sur l'ensemble de la région. (DR)

Question à...

Virginie d'Enfert,
déléguée générale
Afise

Les approvisionnements en matières premières sont-ils critiques ?
Il y a effectivement certaines tensions sur les matières premières et les fournitures et c'est un sujet qui nous suit au quotidien, compte tenu de l'évolution de la demande. Le rôle de l'Afise est de faire le lien avec les autres fédérations concernées et les autorités dès qu'il y a tension pour trouver des solutions. Par exemple pour l'éthanol, nous avons travaillé avec la Direction générale des entreprises et les douanes pour déroger à l'exigence de désaturation et ainsi augmenter les quantités d'alcool disponible. Pour les contenants, nous sommes en liaison étroite avec Eipso (association des entreprises de l'emballage plastique) pour trouver des contenants disponibles.



La pandémie vue de l'Océan indien

Après plusieurs années passées à la tête d'une entreprise de propreté, puis douze ans aux commandes du groupe SPE, société de distribution installée à Toulouse qui a connu une croissance très soutenue avec plusieurs ouvertures de plateformes régionales, Régis Michel a décidé de prendre le large ! Installé à l'île Maurice, l'entrepreneur vient de reprendre la société Starco, basée au Port, sur l'île de La Réunion. « C'est une société très dynamique qui réalise aujourd'hui un peu moins de 4 M€ de CA et emploie une vingtaine de salariés. Notre plateforme bénéficie d'une position stratégique très intéressante, au Port, et permet ainsi de travailler dans tout l'Océan Indien. Une reprise de gouvernail qui se fait dans un contexte sanitaire bien particulier, même si les îles de La Réunion, Maurice et Mayotte semblent mieux préservées que la Métropole face à la pandémie du Covid-19. « À La Réunion, nous avons 380 cas avérés pour 900 000 habitants, et 250 cas à Maurice pour une population de 1,3 million d'habitants. Le régime est le même que partout en France avec un confinement strict. Cette situation entraîne toutefois un regain d'activités puisque nous comptons 70 % de commandes publiques dont les deux CHU de La Réunion, des Ehpad, des collectivités et des blanchisseries parmi nos clients. Même si nous devons rester très vigilants, nous pouvons fournir nos clients en produits et EPI grâce à une anticipation de plusieurs mois sur les stocks. Notre approvisionnement est réalisé via la plateforme du groupement GEH auquel Starco appartient depuis longtemps. C'est une très belle organisation d'approvisionnement logistique qui d'ailleurs, au travers de cette crise sans précédent que nous traversons tous, nous prouve tous les intérêts d'en faire partie » se félicite Régis Michel qui a pour ambition de porter sa société dans le tiercé de tête des distributeurs de la région dans les trois ans à venir. ■

L'eau de Javel incontournable

En quatre semaines, du 24 février au 29 mars, les ventes d'eau de Javel ont progressé de 84 % auprès du grand public. Sur la dernière semaine se terminant le 29 mars, l'eau de Javel est le 4^e produit le plus acheté en grande surface avec une progression de +120 %. Pour rappel, il est commercialisé chaque année en France environ 130 millions de litres/en en magasin. L'Hexagone figure au deuxième rang de la consommation européenne en volume derrière l'Espagne et juste devant l'Italie.

(Source : Afise/Eurostat 2018)

Pascal Audibert, Christeyns France

Très impliqué dans le secteur de la santé (hôpitaux, cliniques, Ehpad, etc.), Christeyns vit – comme l'ensemble des industriels du secteur – des moments compliqués, liés bien entendu à la forte demande en solutions de désinfection, mais également à l'organisation de ses outils de production.

« La production de notre site de Vertou, organisé pour la fabrication des solutions hydroalcooliques est suivie de près par les pouvoirs publics. L'Agence régionale de santé (ARS) réserve la production vers les hôpitaux et cliniques que nous devons livrer en priorité. Comme nos confrères, nous sommes confrontés à un manque de matières premières et de conditionnements. C'est pour cette raison que nous proposons des contenants de plus grande capacité plus simples à trouver et à distribuer. Nous bénéficions aussi des synergies avec nos usines espagnoles et belges. En ce qui concerne les produits de détergence, nous aurions pu imaginer une baisse des commandes en provenance des collectivités, de la restauration ou des commerces, mais ce n'est pas vraiment le cas... » constate Pascal Audibert, responsable de la division hygiène professionnelle de Christeyns.



DR

Paroles d'industrie!**Samy Ben Jazia, responsable communication et marketing, Europe du Sud et France, Essity**

DR

« Dans le contexte actuel, nos usines produisent 24 heures sur 24, 7 jours sur 7 et plus que jamais, nous sommes flexibles et agiles pour répondre à la demande. Nous mettons tout en place pour maintenir l'équilibre vie personnelle/

vie professionnelle de nos équipes – cette flexibilité s'offre à la fois aux équipes qui sont dans les usines et aussi à celles qui travaillent à domicile. Comme l'indiquait un de nos clients récemment : "Vous ne fabriquez pas des produits d'hygiène en papier, vous sauvez des vies." C'est bien résumer l'état d'esprit des collaborateurs Essity actuellement qu'ils soient en usine ou confinés à domicile. Nous sommes également créatifs pour apporter de nouvelles solutions pour améliorer la santé et l'hygiène : par exemple, confrontés à une pénurie imminente de masques dans certaines de nos usines, les services R&D, technologie et production de l'usine de Mölnlycke, en Suède, se sont réunis pour concevoir et produire les masques nécessaires en un temps record. En seulement une semaine, l'équipe a réussi à convertir une ligne de test en ligne de production et à produire plus de 100 000 masques permettant de fournir de nombreuses usines Essity, y compris en France. La société Essity a également été approchée par le gouvernement suédois pour étudier la conception d'un masque de qualité supérieure, qui pourrait être utilisé dans les services de santé. » ■

François Thuilleur,
directeur général du groupe Paredes

« L'hygiène et la santé vont devenir des secteurs stratégiques. »

→ Acteur majeur dans l'univers de la santé, le groupe Paredes est en première ligne pour servir les hôpitaux en produits d'hygiène et de désinfection et en EPI. François Thuilleur, son directeur général, revient sur les premières semaines de la crise sanitaire et de l'engagement de toute l'entreprise. Une situation d'une gravité exceptionnelle qui laissera des traces profondes chez tous les acteurs du monde de l'hygiène et de la propreté.



Nous sommes mi-avril, quelle est la situation au sein de Paredes aujourd'hui ?

Nous vivons une situation qui était encore inimaginable il y a un mois ! Sur les 600 collaborateurs que compte le groupe Paredes en France, 450 sont en télétravail et 150 sur le terrain, en production ou en logistique. L'engagement des équipes est exceptionnel, avec un taux de présence qui frôle les 100 %. « On sait pourquoi on se lève le matin » me disent régulièrement des salariés depuis le début de la crise. Cette hyper motivation s'explique d'abord par la nature de notre activité : fournir des produits d'hygiène essentiels aux hôpitaux et aux établissements de santé qui représentent la majorité de notre clientèle. Nous avons également la chance, à ce jour, d'avoir eu un nombre extrêmement limité de malades du Covid-19 avérés en logistique et industrie (deux, qui sont en voie de guérison) alors que nous avons un site en Alsace et une forte activité dans le Grand-Est. Là encore, notre proximité avec le monde de la santé et le respect absolu des gestes barrières jouent un rôle essentiel. Sans oublier l'opportunité pour tous nos salariés de bénéficier de tous les EPI nécessaires, ainsi que des solutions hydroalcooliques.

Quel est l'impact de la crise sanitaire sur les commandes ?

L'activité du mois de mars 2020 a été très intense avec une augmentation de 40 % des livraisons et de 115 % des commandes par rapport à mars 2019. La demande s'est concentrée sur nos clients du secteur de la santé (+180 %), mais également des collectivités (+144 %), des entreprises de propreté (+72 %) et de l'industrie (+63 %). Nous avons déjà senti une accélération sur les gels et EPI dès février, puis le premier tour des élections, début mars, a fait exploser la demande des collectivités. Dès le début du mois de mars, nous avons été sollicités par de nombreux professionnels qui ne comptaient pas parmi nos clients.

Êtes-vous parvenus à gérer cette demande très forte ? Êtes-vous confrontés comme la plupart de vos confrères à des ruptures de stocks ?

Avec la montée en puissance de notre dépôt central de Saint-Quentin-Fallavier, courant 2019, puis de

« Nous allons investir plus de 30 M€ dans nos achats. »

notre nouvelle plateforme de Ensisheim, en Alsace, nous avons commencé la crise avec un stock de six mois en particulier sur les EPI, ce qui nous permet aujourd'hui de pouvoir livrer nos clients. Cette stratégie qui porte ses fruits aujourd'hui représente un en-

gagement de 16 millions d'euros de stock central, auquel il faut ajouter le coût annuel d'un million d'euros de notre site. Nous allons poursuivre dans cette voie en investissant plus de 30 millions d'euros dans nos achats pour renouveler le stock. Nous sécurisons les stocks car nous voulons continuer à offrir la meilleure qualité de service possible à nos clients.

Malgré l'importance de vos stocks, devez-vous limiter les commandes de vos clients ?

Dans ce contexte pénurique, nous avons pris pour principe de ne quasiment pas servir de nouveaux clients pour l'instant pour privilégier en effet nos

« Travailler à 80 % avec des fournisseurs européens. »

clients fidèles. En ce qui concerne nos clients habituels, nous reprenons les volumes réalisés l'an dernier et appliquons une fluctuation maximale de +50 %. Cela nous permettra d'aller jusqu'à la rentrée.

Qu'en est-il pour les masques et les gels hydroalcooliques ?

Au niveau du gel, nous sommes passés de moins de 100 t/mois à 270 t/mois aujourd'hui... Nous avons dû trouver de nouveaux fournisseurs, et cela prend un peu de temps avant que les circuits logistiques se mettent en place, mais les choses se normalisent. Pour les masques, la situation est différente. Nous avons un stock de masques important. Une très grande partie a été réquisitionnée pour les soignants par les pouvoirs publics, mais nous attendons des réassorts de Chine d'ici fin avril. Nous avons une acheteuse qui parle le mandarin et qui trouve des solutions robustes. Mais il faut bien entendu payer cash, accepter les augmentations de prix et les surcoûts liés au transport aérien.

Cette crise montre à quel point la distribution est dépendante de l'Asie...

C'est vrai, sur les EPI notamment. C'est pour cette raison que le groupe Paredes a fait le choix de travailler à 80 % avec des fournisseurs européens et nous allons encore renforcer cette démarche et nous allons systématiquement nos approvisionnements en provenance d'Asie. Je constate que malgré la catastrophe sanitaire que vivent nos voisins espagnols ou italiens, nos fournisseurs locaux, comme par exemple Lucart, font un travail formidable pour accompagner notre croissance. Pendant cette crise, les clients testent la robustesse de leurs distributeurs, il est normal que nous en fassions de même avec nos partenaires. Il est trop tôt mais un bilan sera fait à la fin de cette crise.

Parcours

Avant de rejoindre le groupe Paredes en octobre 2017 en tant que directeur général, François Thuilleur a occupé, au cours des vingt dernières années, différents postes de direction, à travers l'Europe, au sein de l'alliance Renault-Nissan puis de Rexel, dont il était membre du comité exécutif. Fort de son expérience du secteur de la distribution B to B, François Thuilleur met en œuvre un grand plan stratégique baptisé Défi2022 qui ambitionne clairement de faire de Paredes, l'entreprise de référence du marché de l'hygiène et de la protection professionnelle en France et en Europe. François Thuilleur a également renouvelé et renforcé le comité exécutif de Paredes avec plusieurs arrivées et promotions pour accélérer la modernisation et la croissance rentable du groupe, dont il est devenu un des actionnaires.

Paredes

Fondée en 1942 à Villeurbanne, l'entreprise familiale Paredes est un leader du marché de l'hygiène et de la protection professionnelle en France (n° 2 du marché) et en Italie. Fort de ses 25 000 clients et de ses 650 collaborateurs, le groupe Paredes réalise un chiffre d'affaires de 180 M€. Son siège social est situé à Genas, en région lyonnaise. Ses équipes sont organisées autour de quatre grands marchés. Ce modèle permet aux 180 conseillers experts dédiés de mieux comprendre et analyser les problématiques des clients et prospects.



→ **Quelle leçon faut-il en tirer? Doit-on renforcer l'industrie française de l'hygiène?**

Française, européenne, et même en provenance du bassin méditerranéen. Il faut absolument garder cette notion de proximité. Mais, dans le même temps, nous constatons qu'il n'est pas facile d'installer une usine en France, notamment à cause des normes et des taxes sur la production. Il faudra que l'État joue son rôle en créant un contexte favorable aux relocalisations. Ce que nous vivons va laisser des traces profondes. L'hygiène et la santé sont appelées à devenir des secteurs stratégiques, comme le sont l'aéronautique ou l'armement par exemple. Je pense que les clients de la distribution vont eux aussi adopter une approche différente, ils devront arbitrer entre coût et sécurité d'approvisionnement. Le client aura toujours le choix, libre à lui de chercher le prix le plus bas, mais avec le risque de travailler avec des fournisseurs qui ne lui donnent aucune garantie. Chez Paredes, nous avons clairement choisi : notre stratégie est d'assurer la meilleure sécurité d'approvisionnement possible à nos clients, pas le prix le plus agressif.

La demande pour les produits d'hygiène et de désinfection a atteint aujourd'hui des sommets, pensez-vous que le marché reviendra à son niveau d'avant la crise?

Non. Même s'il est difficile de se projeter alors que nous sommes encore en plein cœur de la crise, je pense que nous allons assister à un changement important et durable. À titre d'exemple, l'usage du gel – ou encore des essuie-mains en papier – va se développer. Le marché sera en phase de croissance dynamique que j'évalue à +20 %.

Comment voyez-vous l'après Covid-19 pour le groupe Paredes? Allez-vous diversifier vos activités de production?

En tant qu'ETI, notre priorité est plus d'investir dans du stock pour bien servir nos clients que dans des nouvelles productions, même si nous n'excluons rien. Nous sommes n° 2 de l'hygiène au niveau national, je souhaite que nous nous imposions comme le fournisseur offrant la meilleure qualité de service à nos clients. Cela passe par la sécurisation des approvisionnements, par le développement du e-commerce mais aussi par des investissements significatifs en matière d'intelligence artificielle et de CRM. Nous venons de conclure un partenariat stratégique avec Microsoft sur ces deux axes. Nous souhaitons investir aussi en Europe pour accompagner nos clients, prioritairement en Suisse, au Benelux et en Allemagne mais sommes aussi ouverts à nous renforcer en Île-de-France.

Vous êtes également producteur de produits en ouate...

Oui, avec une usine à Lyon et une autre à côté de Florence, la transformation de ouate est un segment sur lequel nous allons continuer d'investir. La demande explose. Après le méga-contrat sur les essuie-mains, nous venons de signer avec UniHA pour la fourniture en papier toilette de l'ensemble des hôpitaux, et nous avons finalisé un accord avec le groupe Total pour alimenter leurs stations d'autoroute. Compte tenu du contexte sanitaire, notre ligne de production française (papier toilette, essuie-mains, draps d'examen) a doublé sa production avec un rythme de travail en 3x8, sept jours sur sept.

Il y a quelques semaines, vous avez pris avec vos confrères une initiative commune pour interpeller les pouvoirs publics. C'est une première dans le métier?

Oui et j'en suis vraiment heureux car il était important de prendre position d'une seule voix face aux pouvoirs publics pour défendre nos intérêts communs. Notre marché des produits d'hygiène qui représente près de 4,5 milliards d'euros avec les EPI est plus que jamais stratégique. Nous sommes à un tournant. Je souhaite que ces échanges s'installent dans la durée et nous attendons la sortie de crise pour nous rencontrer physiquement. De mon point de vue, nous avons plus de points communs à défendre que de divergences! ■



DR

J'AIME

> Au travail, l'engagement, la réactivité et l'esprit d'équipe. En dehors du travail, le (bon) vin et l'OL!

JE N'AIME PAS

> Le manque d'ambition et le manque d'éthique dans les affaires.



► 1 mai 2020

Rencontre

François Thuilleur,
directeur général du groupe Paredes

« L'hygiène et la santé vont devenir des secteurs stratégiques. »

→ Acteur majeur dans l'univers de la santé, le groupe Paredes est en première ligne pour servir les hôpitaux en produits d'hygiène et de désinfection et en EPI. François Thuilleur, son directeur général, revient sur les premières semaines de la crise sanitaire et de l'engagement de toute l'entreprise. Une situation d'une gravité exceptionnelle qui laissera des traces profondes chez tous les acteurs du monde de l'hygiène et de la propreté.



DR

**Nous sommes mi-avril, quelle est la situation au sein de Paredes aujourd'hui ?**

Nous vivons une situation qui était encore inimaginable il y a un mois ! Sur les 600 collaborateurs que compte le groupe Paredes en France, 450 sont en télétravail et 150 sur le terrain, en production ou en logistique. L'engagement des équipes est exceptionnel, avec un taux de présence qui frôle les 100 %. « On sait pourquoi on se lève le matin » me disent régulièrement des salariés depuis le début de la crise. Cette hyper motivation s'explique d'abord par la nature de notre activité : fournir des produits d'hygiène essentiels aux hôpitaux et aux établissements de santé qui représentent la majorité de notre clientèle. Nous avons également la chance, à ce jour, d'avoir eu un nombre extrêmement limité de malades du Covid-19 avérés en logistique et industrie (deux, qui sont en voie de guérison) alors que nous avons un site en Alsace et une forte activité dans le Grand-Est. Là encore, notre proximité avec le monde de la santé et le respect absolu des gestes barrières jouent un rôle essentiel. Sans oublier l'opportunité pour tous nos salariés de bénéficier de tous les EPI nécessaires, ainsi que des solutions hydroalcooliques.

Quel est l'impact de la crise sanitaire sur les commandes ?

L'activité du mois de mars 2020 a été très intense avec une augmentation de 40 % des livraisons et de 115 % des commandes par rapport à mars 2019. La demande s'est concentrée sur nos clients du secteur de la santé (+180 %), mais également des collectivités (+144 %), des entreprises de propreté (+72 %) et de l'industrie (+63 %). Nous avons déjà senti une accélération sur les gels et EPI dès février, puis le premier tour des élections, début mars, a fait exploser la demande des collectivités. Dès le début du mois de mars, nous avons été sollicités par de nombreux professionnels qui ne comptaient pas parmi nos clients.

Êtes-vous parvenus à gérer cette demande très forte ? Êtes-vous confrontés comme la plupart de vos confrères à des ruptures de stocks ?

Avec la montée en puissance de notre dépôt central de Saint-Quentin-Fallavier, courant 2019, puis de

« Nous allons investir plus de 30 M€ dans nos achats. »

notre nouvelle plateforme de Ensisheim, en Alsace, nous avons commencé la crise avec un stock de six mois en particulier sur les EPI, ce qui nous permet aujourd'hui de pouvoir livrer nos clients. Cette stratégie qui porte ses fruits aujourd'hui représente un en-

gagement de 16 millions d'euros de stock central, auquel il faut ajouter le coût annuel d'un million d'euros de notre site. Nous allons poursuivre dans cette voie en investissant plus de 30 millions d'euros dans nos achats pour renouveler le stock. Nous sécurisons les stocks car nous voulons continuer à offrir la meilleure qualité de service possible à nos clients.

Malgré l'importance de vos stocks, devez-vous limiter les commandes de vos clients ?

Dans ce contexte pénurie, nous avons pris pour principe de ne quasiment pas servir de nouveaux clients pour l'instant pour privilégier en effet nos

« Travailler à 80 % avec des fournisseurs européens. »

clients fidèles. En ce qui concerne nos clients habituels, nous reprenons les volumes réalisés l'an dernier et appliquons une fluctuation maximale de +50 %. Cela nous permettra d'aller jusqu'à la rentrée.

Qu'en est-il pour les masques et les gels hydroalcooliques ?

Au niveau du gel, nous sommes passés de moins de 100 t/mois à 270 t/mois aujourd'hui... Nous avons dû trouver de nouveaux fournisseurs, et cela prend un peu de temps avant que les circuits logistiques se mettent en place, mais les choses se normalisent. Pour les masques, la situation est différente. Nous avons un stock de masques important. Une très grande partie a été réquisitionnée pour les soignants par les pouvoirs publics, mais nous attendons des réassorts de Chine d'ici fin avril. Nous avons une acheteuse qui parle le mandarin et qui trouve des solutions robustes. Mais il faut bien entendu payer cash, accepter les augmentations de prix et les surcoûts liés au transport aérien.

Cette crise montre à quel point la distribution est dépendante de l'Asie...

C'est vrai, sur les EPI notamment. C'est pour cette raison que le groupe Paredes a fait le choix de travailler à 80 % avec des fournisseurs européens et nous allons encore renforcer cette démarche en doublant systématiquement nos approvisionnements en provenance d'Asie. Je constate que malgré la catastrophe sanitaire que vivent nos voisins espagnols ou italiens, nos fournisseurs locaux, comme par exemple Lucart, font un travail formidable pour accompagner notre croissance. Pendant cette crise, les clients testent la robustesse de leurs distributeurs, il est normal que nous en fassions de même avec nos partenaires. Il est trop tôt mais un bilan sera fait à la fin de cette crise.

Parcours

Avant de rejoindre le groupe Paredes en octobre 2017 en tant que directeur général, François Thuilleur a occupé, au cours des vingt dernières années, différents postes de direction, à travers l'Europe, au sein de l'alliance Renault-Nissan puis de Rexel, dont il était membre du comité exécutif. Fort de son expérience du secteur de la distribution B to B, François Thuilleur met en œuvre un grand plan stratégique baptisé Défi2022 qui ambitionne clairement de faire de Paredes, l'entreprise de référence du marché de l'hygiène et de la protection professionnelle en France et en Europe. François Thuilleur a également renouvelé et renforcé le comité exécutif de Paredes avec plusieurs arrivées et promotions pour accélérer la modernisation et la croissance rentable du groupe, dont il est devenu un des actionnaires.

Paredes

Fondée en 1942 à Villeurbanne, l'entreprise familiale Paredes est un leader du marché de l'hygiène et de la protection professionnelle en France (n° 2 du marché) et en Italie. Fort de ses 25 000 clients et de ses 650 collaborateurs, le groupe Paredes réalise un chiffre d'affaires de 180 M€. Son siège social est situé à Genas, en région lyonnaise. Ses équipes sont organisées autour de quatre grands marchés. Ce modèle permet aux 180 conseillers experts dédiés de mieux comprendre et analyser les problématiques des clients et prospects.





Rencontre

François Thuilleur,
directeur général du groupe **Paredes**

→ **Quelle leçon faut-il en tirer? Doit-on renforcer l'industrie française de l'hygiène?**
Française, européenne, et même en provenance du bassin méditerranéen. Il faut absolument garder cette notion de proximité. Mais, dans le même temps, nous constatons qu'il n'est pas facile d'installer une usine en France, notamment à cause des normes et des taxes sur la production. Il faudra que l'État joue son rôle en créant un contexte favorable aux relocalisations. Ce que nous vivons va laisser des traces profondes. L'hygiène et la santé sont appelées à devenir des secteurs stratégiques, comme le sont l'aéronautique ou l'armement par exemple. Je pense que les clients de la distribution vont eux aussi adopter une approche différente, ils devront arbitrer entre coût et sécurité d'approvisionnement. Le client aura toujours le choix, libre à lui de chercher le prix le plus bas, mais avec le risque de travailler avec des fournisseurs qui ne lui donnent aucune garantie. Chez **Paredes**, nous avons clairement choisi : notre stratégie est d'assurer la meilleure sécurité d'approvisionnement possible à nos clients, pas le prix le plus agressif.

La demande pour les produits d'hygiène et de désinfection a atteint aujourd'hui des sommets, pensez-vous que le marché reviendra à son niveau d'avant la crise?
Non. Même s'il est difficile de se projeter alors que nous sommes encore en plein cœur de la crise, je pense que nous allons assister à un changement important et durable. À titre d'exemple, l'usage du gel – ou encore des essuie-mains en papier – va se développer. Le marché sera en phase de croissance dynamique que j'évalue à +20 %.

Comment voyez-vous l'après Covid-19 pour le groupe Paredes? Allez-vous diversifier vos activités de production?
En tant qu'ETI, notre priorité est plus d'investir dans du stock pour bien servir nos clients que dans des nouvelles productions, même si nous n'excluons rien. Nous sommes n° 2 de l'hygiène au niveau national, je souhaite que nous nous imposions comme le fournisseur offrant la meilleure qualité de service à nos clients. Cela passe par la sécurisation des approvisionnements, par le développement du e-commerce mais aussi par des investissements significatifs en matière d'intelligence artificielle et de CRM. Nous venons de conclure un partenariat stratégique avec Microsoft sur ces deux axes. Nous souhaitons investir aussi en Europe pour accompagner nos clients, prioritairement en Suisse, au Benelux et en Allemagne mais sommes aussi ouverts à nous renforcer en Île-de-France.

Vous êtes également producteur de produits en ouate...
Oui, avec une usine à Lyon et une autre à côté de Florence, la transformation de ouate est un segment sur lequel nous allons continuer d'investir. La demande explose. Après le méga-contrat sur les essuie-mains, nous venons de signer avec UniHA pour la fourniture en papier toilette de l'ensemble des hôpitaux, et nous avons finalisé un accord avec le groupe Total pour alimenter leurs stations d'autoroute. Compte tenu du contexte sanitaire, notre ligne de production française (papier toilette, essuie-mains, draps d'examen) a doublé sa production avec un rythme de travail en 3x8, sept jours sur sept.

Il y a quelques semaines, vous avez pris avec vos confrères une initiative commune pour interpeller les pouvoirs publics. C'est une première dans le métier?
Oui et j'en suis vraiment heureux car il était important de prendre position d'une seule voix face aux pouvoirs publics pour défendre nos intérêts communs. Notre marché des produits d'hygiène qui représente près de 4,5 milliards d'euros avec les EPI est plus que jamais stratégique. Nous sommes à un tournant. Je souhaite que ces échanges s'installent dans la durée et nous attendons la sortie de crise pour nous rencontrer physiquement. De mon point de vue, nous avons plus de points communs à défendre que de divergences! ■



DR

- J'AIME**
- > Au travail, l'engagement, la réactivité et l'esprit d'équipe. En dehors du travail, le (bon) vin et l'OL!
- JE N'AIME PAS**
- > Le manque d'ambition et le manque d'éthique dans les affaires.



" L'explosion des commandes a été une grosse tempête à gérer pour les équipes ! "

Contrairement à beaucoup d'entreprises qui ont vu leur activité brutalement freinée voire totalement arrêtée, le groupe **Paredes** a dû au contraire faire face à un pic historique d'activité. Eric Palanque, son CFO, revient sur cette période mouvementée. > Quelle était la situation du groupe juste avant le début de la crise sanitaire en France ?

Nous étions dans la troisième année d'un plan de transformation d'envergure débuté en 2017. Les deux premières années avaient été dédiées à revoir le fonctionnement et l'organisation du groupe pour l'optimiser. Nous attaquions la deuxième phase, davantage axée sur le développement commercial, avec la création d'un e-shop notamment. La crise arrive juste après cette grosse période de transformation alors que nous sommes encore en phase de consolidation de tous ces changements. Un peu tôt vis-à-vis de certains process, mais fort heureusement nous avons finalisé la mise en place d'un stock central regroupant notamment nos produits d'importation, ce qui est une spécificité dans notre secteur d'activité. L'an dernier nous avons constitué un stock assez conséquent. Or, dans le contexte actuel, plutôt très pénurique, le timing s'est avéré très bon.

> Quand est-ce que l'impact de la crise s'est fait sentir pour le groupe ?

En février cela a commencé à frissonner au niveau des commandes mais c'est en mars qu'on a connu une explosion de la demande. On s'est retrouvé face à une vague historique de commandes, très focalisées sur certaines familles de produits, créant rapidement sur le marché une situation de manque accentuée par l'arrêt de l'industrie en Chine.

> Comment gère-t-on une période comme celle-là ? Quelles ont été les priorités ?

La première chose qu'il a fallu gérer a été la mise en sécurité des personnes, tout en assurant une continuité de service. Il nous a également fallu sécuriser le cash, s'assurer de continuer à contrôler l'encours client sans bloquer le business. On a aussi très vite basculé en pilotage opérationnel.

Au niveau du contrôle de gestion, on a arrêté les projets structurels et on a rapidement créé et implémenté un tableau de bord quotidien à destination du COMEX avec les principaux indicateurs clés : état des carnets de commandes, niveau des ruptures, niveau des commandes bloquées, la facturation du jour, les entrées de commandes, la production quotidienne de notre usine de transformation de ouate. On a également développé un outil de calcul de couverture de stocks permettant d'intégrer les différents scénarii de chiffre d'affaires dans ce contexte très fluctuant.

On a traité les aspects juridiques bien sûr, pour évaluer les impacts de la crise sur les contrats en cours. Bref, nous sommes revenus à de l'opérationnel pur pendant les premières semaines.

> De façon pratique comment avez-vous assuré la continuité d'activité ?

Le secteur de la Santé représente aujourd'hui environ 60% de notre portefeuille d'activité, et le secteur hospitalier public y est prépondérant. On était en première ligne pour livrer les hôpitaux sur des produits comme des masques, blouses, gants et bien sûr toute la partie ouate, savon, etc. Il n'était donc pas envisageable qu'on ferme des sites. On a commencé à s'organiser dès le début de la crise pour mettre un maximum de collaborateurs en télétravail. Dès l'annonce du confinement nous avons accéléré et pu basculer tous les effectifs administratifs en télétravail dans la semaine qui a suivi. Cela représentait environ 75 % de l'effectif global. La DSI a réussi à équiper les personnes qui n'avaient pas d'ordinateur portable en leur donnant des accès sécurisés au réseau.

On a en parallèle " sanctuarisé " la partie distribution, les entrepôts et le site de fabrication en mettant en place des process pour limiter au maximum les contacts dans le cadre des livraisons et des réceptions de produits. En plus de ces protocoles, nous avons équipé nos salariés avec des protections individuelles pour que l'activité puisse continuer. Et de fait sur les 10 plateformes et l'usine françaises nous avons eu très peu de cas.

> Comment gérer l'afflux de commandes ?

Grâce à ce plan d'actions, tout a pu tourner. Nous avons ainsi pu faire face à l'afflux de commandes, mais selon la disponibilité des produits. Dès le mois de mars, le volume de commandes a doublé, mais la demande s'est en partie concentrée sur des produits en pénurie, gel hydroalcoolique, masques, blouses, gants. On approvisionne autant que possible mais ce n'est pas suffisant pour répondre pleinement à la demande. Nous avons dû faire le choix de privilégier notre carnet de clients. La satisfaction client est au cœur de notre stratégie et du plan de transformation donc cela doit nécessairement se ressentir dans une période comme celle-là.

> Un pic d'activité dans un contexte pénurie n'est pas simple à gérer. Quelles ont-été les contraintes auxquelles vous avez dû faire face ?

L'afflux de commandes crée un bfr énorme. Il est en partie couvert parce que nous avons une partie de notre activité en affacturage, mécaniquement une partie s'autofinance bien sûr, mais pas la totalité. D'autant qu'il faut anticiper un certains nombres de risques. Le fait qu'on ait des niveaux de retards clients qui augmentent. Il faut donc rester vigilants et surtout être bien organisé sur la gestion du cash.

Et puis côté bfr, la partie fournisseur stock est très importante. Dans la première phase de la crise on a destocké, par obligation, puisqu'on n'arrivait pas à approvisionner à hauteur des demandes. Désormais nous sommes dans un contexte où la Chine redémarre, on essaie de recharger le stock et de reconstituer nos stocks de sécurité. Donc nous avons une consommation de bfr importante.

La Chine a redémarré mais cela reste très complexe. Il faut être capable de se positionner en 24h sur des montants assez importants, avec des prix très volatiles qui ont fortement monté. La consommation de cash est conséquente mais nécessaire pour pouvoir continuer à livrer sur les mois à venir. Sans quoi nous nous retrouverions dans une situation où on ne pourrait plus répondre à la demande dès juin-juillet. Notre consommation de cash est essentiellement sur la partie bfr.

> J'imagine que vous suivez de près les flux entrants. Avez-vous constaté des retards de paiement ou fait face à des demandes de reports ?

On suit tout cela à la semaine. On constate une petite dérive sur les retards client mais ce n'est pas encore énorme. Dans notre portefeuille nous avons 30 % de clients publics donc nous sommes déjà sur des paiements assez tardifs par rapport à un client privé. A contrario, le risque de défaut réel est moindre à terme. Les paiements de nos clients publics sont quasiment garantis à 100 %.

Sur la partie privée c'est plus compliqué parce que l'afflux de commandes s'est rapidement traduit par des en-cours dépassant les limites de notre assurance-crédit, donc là il faut gérer au cas par cas. C'est parfois un choix cornélien car les clients sont très demandeurs, nos commerciaux aussi et pourtant notre rôle à la direction financière est de veiller au grain en surveillant les alertes des assureurs crédits sur un taux de défaillance d'entreprises qui risque d'augmenter très significativement suite à la crise.

Mon équipe compta-client ne gère aujourd'hui quasiment que ça. Nous sommes en train de voir comment renforcer le service car nous avons été obligés pendant un temps de délaisser la relance pour ne traiter que les déblocages de commandes, soit en discutant avec les clients, soit en demandant des en-cours supplémentaires d'assurance-crédit. Ça a été une grosse tempête à gérer pour l'équipe.

> Justement comment avez-vous réorganisé le fonctionnement des équipes et des process pendant cette période inédite ?

On a déjà allégé les process de traitement sur cette partie blocage client par exemple. Nous avons complètement sorti du process les clients publics : concernant les hôpitaux, il n'était de toutes façons pas envisageable d'interrompre les livraisons en pleine crise sanitaire. On a ensuite regardé comment on pouvait aménager les process de traitement et on y a affecté des ressources prioritaires. On a aussi relevé les seuils minimums pour avoir moins de volumétrie à traiter. Nous avons beaucoup de petites commandes, de petits clients donc on a aussi accepté d'augmenter le risque de façon limitée sur plusieurs clients au cas par cas.

> Cette période particulière change nos façons de travailler, comment faites-vous avec vos équipes et avec les membres du comex ?

Cela met en effet l'organisation sous tension d'autant que le télétravail n'est pas complètement du télétravail. Chacun compose avec ses contraintes personnelles, les enfants, les difficultés de connexion. Le travail à distance impose un accent particulier sur la communication pour que les collaborateurs ne se sentent pas isolés. Il faut rester très à l'écoute.

On a mis le paquet sur l'aspect communication en interne. On a un point au niveau du comité exécutif tous les matins. Avec mes équipes, au-delà du travail quotidien, on fait un point d'information générale toutes les deux semaines avec l'ensemble des collaborateurs, et un point hebdomadaire avec mes collaborateurs directs. J'ai également instauré des " coffee calls ", moments conviviaux d'échanges informels par visio, pour reproduire en quelque sorte les pauses café au bureau.

La DRH a mis en place une lettre d'information, Paredes Vital, diffusée tous les soirs par mail à l'ensemble des collaborateurs et qui zoome sur l'actualité du groupe, les difficultés rencontrées et les succès, pour faire en sorte que chacun garde un fil info quotidien sur ce qui se passe dans le groupe.

> Cette communication fine vous a-t-elle permis d'embarquer tout le monde y compris les collaborateurs sur site ?

Dans un contexte comme celui-là on aurait pu avoir de l'absentéisme. Nous avons fait le choix de rapidement favoriser le télétravail, même en mode dégradé, pour garder tout le monde à bord et pour l'instant ça fonctionne plutôt bien.

Concernant les collaborateurs sur site, on s'est appuyé sur les mesures gouvernementales et on a rapidement mis en place le versement d'une prime pour les équipes présentes sur site en logistique et en production.

Mais il faut souligner que l'ensemble des collaborateurs s'est spontanément montré très investi. Et ce, même en Italie où les sites ont été très touchés, avec plus 50 % de l'effectif atteint à un moment ou un autre. Malgré cela, ils ont réussi à faire face, à assurer une bonne continuité de service et à répondre à une demande assez exceptionnelle.

> La culture d'entreprise fait-elle la différence dans ces cas-là ?

Assurément. Chez Paredes, la culture d'entreprise est assez forte. C'est une culture de groupe familial très orientée client. De plus, le fait d'être sollicité fortement par les hôpitaux, par tout le secteur de la santé, donne une certaine obligation morale, fortement ressentie par les collaborateurs. Il y a eu cette envie de vouloir participer à l'effort collectif. On est un groupe qui reste à dimension très humaine avec un nombre de niveaux hiérarchiques faible. Les informations terrain remontent très vite. On a une proximité assez directe de tous les collaborateurs avec les clients, donc lorsqu'il y a des situations un peu extrêmes comme ce qu'on vit depuis quelques mois, cela crée nécessairement de l'empathie.

> Le fait d'avoir un actionnariat 100 % familial a-t-il facilité les prises de décisions stratégiques ?

Cela nous permet d'être dans une logique plus long terme et d'appuyer une stratégie qui n'aurait pas forcément été soutenue par d'autres actionnaires. J'ai beaucoup travaillé dans le passé avec des fonds d'investissement, la dynamique est très différente.

Par exemple, la mise en place d'un stock central (qui s'est révélé décisif dans la gestion de la crise actuelle) n'aurait pas été envisageable ni même envisagée si on avait été sur du court terme, car trop consommatrice de cash.

Le fait d'avoir un actionnariat qui va raisonner moyen et long terme nous permet de construire des solutions comme celle-là qui permettra à terme d'améliorer la satisfaction client en ayant peu de ruptures et des délais de livraison de plus en plus courts.

Même aujourd'hui dans ce contexte particulier le long terme n'est pas mis de côté. Nous sommes moins contraints que d'autres par des obligations de résultat immédiat ce qui laisse une plus

grande marge de manoeuvre en terme de prises de position stratégique et nous permet de projeter une vraie vision d'entreprise.

> Quelles conséquences cette crise aura sur le développement à venir ? Allez-vous revoir votre stratégie, à quel niveau ?

On revoit en effet notre stratégie notamment en matière d'approvisionnement. On a réactivé la Chine mais ce n'est que du court terme pour avoir des produits dans les semaines et mois qui viennent. Mais en parallèle nous sommes en train de regarder comment mettre en place des filières locales. Cette crise va évidemment nous amener à repenser notre organisation, que ce soit nos niveaux de stock mais aussi notre portefeuille fournisseurs.

Cela nous conduit plus vite que prévu à trouver du local, à élargir encore plus pour avoir des plans de repli si on était confronté à nouveau à des crises comme celle-là. En plus du point quotidien de notre comex, nous avons un point uniquement focalisé sur la recherche de nouvelles sources d'approvisionnement en Asie mais également en Europe. Dans la situation d'urgence, on doit être flexibles et explorer toutes les opportunités. Nous sommes par exemple en train d'approvisionner des blouses en plastique développées par notre fournisseur de sacs plastiques. Ce sera peut-être seulement ponctuel, ou ça répondra à un nouveau besoin de façon durable. Pour le moment la visibilité n'est pas suffisante pour savoir ce qui perdurera.

Cette crise aura eu le mérite de nous faire réfléchir à nouveau à nos sources d'approvisionnement pour ne pas être trop dépendant des pays asiatiques. Cela aura aussi des conséquences sur nos organisations internes. Le télétravail, qui était peu développé avant, a aussi ouvert des perspectives. La digitalisation qui était bien entamée s'en trouve encore accélérée.

> Comment voyez-vous la fin de l'année ? Êtes-vous serein ou inquiet ?

Dans mon métier on n'est jamais serein. (Rires) Mais il faut reconnaître que nous sommes sur des marchés structurellement porteurs. La crise actuelle ne fait qu'accentuer la prise de conscience sur l'importance de l'hygiène et de la santé.

A mon sens notre gestion de crise a été bonne. Maintenant il faut rester vigilant. Sur un éventuel effet ciseau notamment, sur la volatilité des coûts d'approvisionnements, sur les risques de défaillances clients,... On surveille nos indicateurs opérationnels et nos résultats mensuels de près.

Petit à petit on revient à notre programme initial, on reste sur les rails des sujets qui étaient à l'agenda avant la crise mais avec toujours une priorité donnée au quotidien. On reste sur le qui-vive.

Fiche d'identité

Raison sociale : Groupe **Paredes**

Forme juridique : SA à conseil d'administration

Actionnariat familial stable

Activité : distribution d'équipement d'hygiène professionnel

CA 2019 :180 M euros

Effectifs : 650 collaborateurs

Implantation : France et Italie

Organisation : 9 sites de distributions en France, 5 en Italie, 1 stock central, 2 usines de fabrication de bobine de ouate (1 en France, 1 en Italie)

Produits d'hygiène: Paredes investit et recrute pour faire face à la demande

Lyon, 13 mai 2020 (AFP) -

C'est l'un des gagnants de la crise sanitaire: le distributeur de produits d'hygiène professionnels Paredes investit et recrute pour faire face à une explosion de la demande qu'il ne voit pas retomber de sitôt.

"Nous ne voyons pas le marché revenir comme avant (l'épidémie de Covid-19). De nouvelles habitudes ont été prises et le marché va rester porteur", souligne François Thuilleur, le directeur général de l'entreprise basée à Genas, en banlieue de Lyon.

"En chiffre d'affaires, on est à +25% à la fin avril", relève-t-il. Mais à +60% sur le seul mois de mars. "Plus révélateur encore, les commandes sont à +101% sur mars/avril cumulés", se réjouit-il.

"Sur l'année, on table sur une progression de 35% à 40% et sans doute au delà", ajoute-t-il.

Paredes commercialise trois gammes de produits: produits d'essuyage (essuie-mains, papier toilette, chiffons à usage unique...), produits chimiques (désinfectants) et équipements de protection individuelle (masques, charlottes, blouses...).

Il achète auprès de tiers les deux dernières catégories, mais fabrique une grande partie de ses besoins en produits d'essuyage dans ses usines de Genas et de Lucques (Toscane).

Le responsable s'estime conforté dans le pari fait de miser sur les produits en papier à usage unique (au détriment du tissu), recyclables et produits localement. Idem pour la priorité donnée il y a quelques années au secteur de la santé qui génère actuellement 60% de l'activité totale.

Paredes est parvenu à doubler sa fabrication de produits en papier jetable, à 1.000 tonnes par mois, grâce à l'instauration des trois huit et l'ouverture de l'usine lyonnaise sept jours sur sept.

Le groupe est le premier fournisseur d'essuie-mains des hôpitaux français dont la demande est très forte. Et il vient d'obtenir un important contrat pour équiper toutes les stations-service Total.

Paredes va donc investir 6 millions d'euros cette année pour se doter d'une nouvelle machine et moderniser ses installations de Genas, adapter ses bureaux à la nouvelle donne du Covid-19, mais aussi pour mettre à niveau son informatique. Il a déjà embauché une dizaine de personnes et continue de recruter.

Malgré cet horizon dégagé, Paredes a demandé un prêt garanti par l'Etat, facilité normalement réservée aux entreprises terrassées par la crise. Ceci afin de pouvoir financer l'augmentation, de 30 à 40 millions d'euros, de la valeur de son stocks, afin de pouvoir répondre plus vite à la demande.

Depuis le début de la crise, le groupe n'a pas connu d'absentéisme, assure son dirigeant, et n'a enregistré que trois malades, sans gravité, sur ses 650 salariés.

Le personnel "sur le terrain" bénéficie d'une "prime Macron" de 100 euros par semaine jusqu'à concurrence de 2.000 euros. "Et nous continuerons à la verser après le 11 mai tant que la situation demeurera ainsi", a précisé M. Thuilleur.

Et surtout, du fait de l'application d'une nouvelle règle interne, les salariés recevront un tiers des bénéfices réalisés cette année par l'entreprise - "qui seront substantiels, vous imaginez bien". 2020 "va être une très bonne année pour les collaborateurs".

fga/cha/ide

TOTAL

Afp le 13 mai 20 à 13 40.



Lyon : une entreprise qui ne connaît pas la crise



C'est l'un des gagnants de la crise sanitaire: le distributeur de produits d'hygiène professionnels. **Paredes** investit et recrute pour faire face à une explosion de la demande qu'il ne voit pas retomber de sitôt.

+101% de commandes

"En chiffre d'affaires, on est à + 25% à la fin avril", relève-t-il. Mais à + 60% sur le seul mois de mars. "Plus révélateur encore, les commandes sont à + 101% sur mars/avril cumulés", se réjouit-il. "Sur l'année, on table sur une progression de 35% à 40% et sans doute au-delà" ajoute-t-il. Et les perspectives lui paraissent bien orientées : "nous ne voyons pas le marché revenir comme avant (l'épidémie de Covid-19). De nouvelles habitudes ont été prises et le marché va rester porteur", souligne **François Thuilleur**, le directeur général de l'entreprise basée à Genas, en banlieue de Lyon.

Bon positionnement

Paredes commercialise trois gammes de produits : produits d'essuyage (essuie-mains, papier toilette, chiffons à usage unique...), produits chimiques (désinfectants) et équipements de protection individuelle (masques, charlottes, blouses...).

Il achète auprès de tiers les deux dernières catégories, mais fabrique une grande partie de ses besoins en produits d'essuyage dans ses usines de Genas et de Lucques (Toscane). Le responsable s'estime conforté dans le pari fait de miser sur les produits en papier à usage unique (au détriment du tissu), recyclables et produits localement. Idem pour la priorité donnée il y a quelques années au secteur de la santé qui génère actuellement 60% de l'activité totale.

Prime pour les salariés

Paredes est parvenu à doubler sa fabrication de produits en papier jetable, à 1 000 tonnes par mois, grâce à l'instauration des trois huit et l'ouverture de l'usine lyonnaise sept jours sur sept. Depuis le début de la crise, le groupe n'a pas connu d'absentéisme, assure son dirigeant, et n'a enregistré que trois malades, sans gravité, sur ses 650 salariés. Le personnel "sur le terrain" bénéficie d'une "prime Macron" de 100 euros par semaine jusqu'à concurrence de 2 000 euros. "Et nous continuerons à la verser après le 11 mai tant que la situation demeurera ainsi", a précisé M. Thuilleur. Et surtout, du fait de l'application d'une nouvelle règle interne, les salariés recevront un

tiers des bénéfices réalisés cette année par l'entreprise - "qui seront substantiels, vous imaginez bien. 2020 va être une très bonne année pour les collaborateurs".

Un prêt de l'état pour produire plus

Le groupe est le premier fournisseur d'essuie-mains des hôpitaux français dont la demande est très forte, et il vient d'obtenir un important contrat pour équiper toutes les stations-service Total.

Paredes va donc investir 6 millions d'euros cette année pour se doter d'une nouvelle machine et moderniser ses installations de Genas, adapter ses bureaux à la nouvelle donne du Covid-19, mais aussi pour mettre à niveau son informatique. Il a déjà embauché une dizaine de personnes et continue de recruter.

Malgré cet horizon dégagé, **Paredes** a demandé un prêt garanti par l'Etat, facilité normalement réservée aux entreprises terrassées par la crise. Ceci afin de pouvoir financer l'augmentation, de 30 à 40 millions d'euros, de la valeur de son stock, afin de pouvoir répondre plus vite à la demande.



Produits d'hygiène: Paredes investit et recrute pour faire face à la demande AFP • 13/05/2020 à 13:40

C'est l'un des gagnants de la crise sanitaire: le distributeur de produits d'hygiène professionnels. Paredes investit et recrute pour faire face à une explosion de la demande qu'il ne voit pas retomber de sitôt. null



Hygiène professionnelle : le distributeur Paredes surfe sur l'explosion de la demande

14/05/2020 | Cosmétiques & Parfums | La rédaction de Profession bien-être



Le groupe lyonnais investit et recrute pour répondre aux besoins grandissants du marché professionnel. Pionnier des bobines d'essuyage à base de ouate de cellulose, il s'est diversifié dans les désinfectants et les équipements de protection individuelle (masques, charlottes, blouses...).

«Nous ne voyons pas le marché revenir comme avant (l'épidémie de Covid-19). De nouvelles habitudes ont été prises et le marché va rester porteur», souligne **François Thuilleur**, le directeur général de l'entreprise basée à Genas, en banlieue de Lyon. «En chiffre d'affaires, on est à +25% à la fin avril», relève-t-il. Mais à +60% sur le seul mois de mars. «Plus révélateur encore, les commandes sont à +101% sur mars/avril cumulés», se réjouit-il.

«Sur l'année, on table sur une progression de 35% à 40% et sans doute au-delà», ajoute-t-il. **Paredes** commercialise trois gammes de produits à destination des ateliers, des hôpitaux et des collectivités : produits d'essuyage (essuie-mains, papier toilette, chiffons à usage unique...), produits chimiques (désinfectants) et équipements de protection individuelle (masques, charlottes, blouses...).

Il achète auprès de tiers les deux dernières catégories, mais fabrique une grande partie de ses besoins en produits d'essuyage dans ses usines de Genas et de Lucques (Toscane). Son pari consistant à miser sur les produits en papier à usage unique (au détriment du tissu), recyclables et produits localement, a fini par payer. Idem pour la priorité donnée il y a quelques années au secteur de la santé, qui génère actuellement 60% de l'activité totale.

L'ETI familiale est parvenue à doubler sa fabrication de produits en papier jetable, à 1 000 tonnes par mois, grâce à l'instauration des trois huit et l'ouverture de l'usine lyonnaise sept jours sur sept. Le groupe est le premier fournisseur d'essuie-mains des hôpitaux français, dont la demande est très forte. Et il vient d'obtenir un important contrat pour équiper toutes les stations-service Total.

Un tiers des bénéfices pour les salariés

Cette année, l'entreprise va donc investir 6 millions d'euros pour se doter d'une nouvelle machine et moderniser ses installations de Genas, adapter ses bureaux à la nouvelle donne sanitaire, mais aussi pour mettre à niveau son informatique. Il a déjà embauché une dizaine de personnes et continue de recruter.

Malgré cet horizon dégagé, **Paredes** a demandé un prêt garanti par l'Etat, facilité normalement réservée aux entreprises terrassées par la crise, afin de pouvoir financer l'augmentation, de 30 à 40 millions d'euros, de la valeur de son stock. Depuis le début de la crise, le groupe n'a pas connu d'absentéisme, assure son dirigeant, et n'a enregistré que trois malades, sans gravité, sur ses 650 salariés.

Le personnel «sur le terrain» bénéficie d'une «prime Macron» de 100 euros par semaine jusqu'à concurrence de 2 000 euros. Et surtout, du fait de l'application d'une nouvelle règle interne, les salariés recevront un tiers des bénéfices réalisés cette année par l'entreprise. Selon le directeur général, ils devraient être «substantiels».

Avec l'AFP.



Paredes accroît ses investissements dans les produits d'hygiène à Genas

Distributeur et fabricant de produits d'hygiène, **Paredes** va investir plus de 6 millions d'euros en 2020. Dont 3 millions d'euros dans son outil industriel à Genas, près de Lyon (Rhône), pour accompagner la croissance de ses activités dans le secteur de la santé notamment. Estimant que le marché des produits d'hygiène va rester "stratégique" dans les années qui viennent, **Paredes** a décidé de renforcer sa capacité de production à Genas, près de Lyon (Rhône). Le groupe va investir 2,6 millions d'euros dans une nouvelle ligne de production de bobines d'ouate, d'essuie-main, de papier toilette et de draps d'examen.

Cet investissement est supérieur de 1,1 million d'euros à celui envisagé quelques mois plus tôt. Avec les trois autres machines qui seront modernisées à hauteur de 400 000 euros, la capacité de l'usine lyonnaise augmentera de 80 % et sera portée à 1 800 tonnes par mois. Intégralement numérique, le nouvel équipement sera doté d'un robot palettiseur. Il sera installé en décembre et sera totalement opérationnel en mars prochain.

Une vingtaine de recrutements

Le groupe lyonnais va investir globalement plus de 6 millions d'euros. Outre l'achat d'une nouvelle machine, **Paredes** va revoir sa plate-forme d'e-commerce avec le concours de Microsoft et de la société allemande Intershop dans une logique multicanal. 2 millions d'euros seront investis en équipements et logiciels informatiques. Cinq nouveaux camions seront également achetés. Les bureaux seront réaménagés à Genas, la cafétéria agrandie. En 2019, **Paredes** avait investi 1,5 million d'euros dans une nouvelle machine dans son usine italienne de Lucques en Toscane.

Ce programme va de pair avec des recrutements. Quinze personnes, dont cinq conducteurs de ligne, ont été embauchées depuis le début de l'année. Neuf autres recrutements sont programmés, dont un conducteur de ligne et cinq en logistique. Le groupe lyonnais emploie quelque 600 personnes en France et 50 en Italie. Un tiers des bénéfices de l'année seront distribués aux collaborateurs de l'entreprise.

Niveau historique de production et de chiffre d'affaires

Premier fournisseur d'essuie-main et de papier toilette des hôpitaux français, **Paredes** se frotte les mains. Depuis le début de l'épidémie de Covid-19, ses ventes de produits d'hygiène ont fortement progressé dans le secteur de la santé, et dans une moindre mesure dans les industries agro-alimentaire et pharmaceutique. Sa production mensuelle a atteint un niveau historique. Elle a plus que doublé à 1 014 tonnes en avril. Son chiffre d'affaires a progressé de 50 % sur les mois de mars et d'avril, ses commandes de 101 %. " Notre chiffre d'affaires devrait croître de 35 à 40 % au minimum sur l'année ", estime **François Thuilleur**, directeur général de la société. De 180 millions en 2019 à plus de 243 millions d'euros fin 2020.

Paredes est à la recherche de nouveaux fournisseurs. En France et en Europe. Le groupe commercialise trois gammes de produits d'essuyage (essuie-mains, papier toilette), de produits chimiques (désinfectants) et d'équipements de protection individuelle (masques, charlottes, blouses). Le groupe s'approvisionne déjà à 80 % en Europe. Fareva est notamment un de ses nouveaux fournisseurs de savon.

Réagir à cet article

SERVICES**FACILITY MANAGEMENT****GRUPE PAREDES**

Emmanuel Oberthur est nommé directeur des systèmes d'information du groupe. Membre du comex, il reportera à François Thuilleur,

directeur général.

Né en 1965, Novancia Business School Paris, il bénéficie de plus de 20 ans d'expérience en tant que consultant dans des cabinets comme Kurt Salmon (Paris), CGI (Lyon) ou encore Mabelis (Lyon), au sein desquels il a œuvré dans l'accompagnement et le pilotage de programmes d'envergure de transformation SI, notamment pour le compte de plusieurs groupes de distribution B2B familiaux. En 2019, il a rejoint Paredes, comme manager de transition.

www.executives.fr/a.asp?a=157098

PATRONS SUR LE FRONT

France, mi-mars.

Inquiets, résignés ou tout simplement surpris par la virulence de la crise sanitaire qui a touché la France à la mi-mars, ces patrons d'entreprise de la région ont, par leurs mots, illustré ce qui se jouait pendant les deux mois d'une crise d'une exceptionnelle gravité.

« Nous n'avons aucune prise sur la situation, autant se concentrer sur nos familles. On reviendra se battre, couteau entre les dents, quand l'épidémie sera derrière nous. » Sacha Rosenthal, dirigeant et actionnaire principal de Xefi (Rillieux-la-Pape, Rhône / CA en 2019 : 135 M€ / 900 salariés) qui a demandé à ses directeurs de ne pas se préoccuper des courbes financières pendant le confinement.



« La situation est inédite, nous n'avons pas de plan préétabli. On oscille entre improvisation et nécessité. » Eric Cabailé, porte parole du groupe Bert (Albon, Drôme / CA en 2019 : 205 M€ / 1 650 salariés), réagit à chaud à la mise en place du confinement en



« Nous entrons dans une crise longue et ces nouvelles méthodes de travail vont s'installer dans la durée. » Alexandra Mathiolon, directrice générale du groupe Serfim (Vénissieux / CA en 2019 : 410 M€ / 2 250 salariés) au sujet des nouvelles mesures de sécurité adoptées sur les chantiers de travaux publics.

« Nous allons approcher chacun de nos clients pour les aider à se relancer. » Mathilde Chapoutier, directrice commerciale du groupe Maison Chapoutier (Tain l'Hermitage, Drôme / CA en 2019 : 70 M€ / 300 salariés) à propos des difficultés que vivent ses clients restaurateurs.



« Nous n'étions jusqu'ici pas dépendants d'un gros canal de vente. Cette force d'hier est une faiblesse aujourd'hui. » Hervé Kratiroff, patron du groupe agroalimentaire Solexia (Lyon / CA en 2019 : 86, 7 M€ / 374 salariés) qui détient notamment la société Salaisons du Val d'Allier, dont l'activité a chuté de 100 % en quelques jours.

« Certains de mes salariés ont eu connaissance de décès dans leur entourage indirect mais ont tenu à venir travailler. » François Thuilleur, PDG de Paredes (Genas, Rhône / CA en 2019 : 190 M€ / 600 salariés), distributeur de produits



d'hygiène, partage sa fierté d'avoir
des équipes impliquées. ■

**PAREDES****Emmanuel Oberthur****Directeur des systèmes d'information du groupe**

L'entreprise familiale Paredes, leader du marché de l'hygiène et de la protection professionnelles en France (n° 2 du marché) et en Italie annonce la nomination d'Emmanuel Oberthur au poste de



PAREDES

directeur des systèmes d'information du groupe. Membre du Comex, il reportera directement à François Thuilleur, directeur général. Emmanuel

Oberthur a intégré Paredes durant l'été 2019 comme manager de transition et a pris ses nouvelles fonctions en mai. Fort de plus de 20 ans d'expérience en tant que consultant dans des cabinets comme Kurt Salmon (Paris), CGI (Lyon) ou encore Mabelis (Lyon), Emmanuel Oberthur a œuvré dans l'accompagnement et le pilotage de programmes d'envergure de transformation SI. Il a su acquérir et développer toute son expertise pour le compte, entre autres, de plusieurs groupes de distribution B2B familiaux. Le groupe Paredes réalise un chiffre d'affaires de 180 millions d'euros, son siège social est situé à Genas en région lyonnaise.



ACTU. LE MATCH



GUY CHIFFLOT,
fondateur
d'Orapi
L'historique

Patron autodidacte, Guy Chiffлот a fondé Orapi en 1968. Depuis le début des années 2000 et l'introduction de la société en bourse, il multiplie les acquisitions en France et à l'international. Le groupe (1 200 salariés, 240 millions d'euros de chiffre d'affaires) fabrique et distribue des produits d'hygiène (nettoyage, désinfection) ou d'entretien de machines.



FRANÇOIS THUILLEUR,
directeur
général
depuis 2017
Le nouveau

Premier directeur général à ne pas être issu de la famille Paredes (650 collaborateurs, 190 millions d'euros de chiffre d'affaires) depuis la création du groupe en 1942, François Thuilleur a été nommé avec l'objectif de réveiller « une belle endormie ». Implanté à Genas, Paredes est notamment l'inventeur du papier essuie-mains prédécoupé.

LE CONTEXTE :
À la fois producteurs et fournisseurs de produits d'hygiène et de nettoyage, les groupes lyonnais Orapi et Paredes ont enregistré une forte progression de leur activité avec la crise du Covid. Deux leaders du secteur, aux stratégies divergentes.

Les poids lourds de la propreté

Le groupe a connu un début d'année en « fort recul » en raison d'une stratégie de recentrage, opérée depuis mi-2019, sur ses activités « à plus haute valeur ajoutée ». Orapi a ensuite d'abord été impacté par la crise avec une décroissance des ventes à destination de l'industrie et de l'hôtellerie-restauration. « Une baisse largement compensée ensuite par les commandes additionnelles de produits d'hygiène et de désinfection », rapporte Guy Chiffлот.

Le groupe a enregistré de nombreux nouveaux clients ces dernières semaines, principalement pour des masques et des gels... soit des produits qui n'étaient pas particulièrement stratégiques aux yeux du dirigeant avant la crise du Covid. « Mais la demande va se poursuivre, donc on s'adapte en proposant, par exemple, un kit de réouverture de magasins », expose Guy Chiffлот, qui entend compléter rapidement sa gamme antiviral.

En attendant le redémarrage de l'activité dans l'industrie et les cafés-hôtels-restaurants, le groupe s'est temporairement concentré sur les gels hydroalcooliques et les désinfectants, dont la production a été multipliée par dix. « La demande a été tellement forte que l'on a même eu des difficultés à enregistrer toutes les commandes. Nous avons fait au mieux ».

LES RÉPERCUSSIONS DE LA CRISE

Fournisseur en masques, gants, blouses et autre charlottes du secteur hospitalier ou encore de groupes industriels (Boiron, Danone...), Paredes a connu une véritable flambée de son activité avec la crise sanitaire, avec une croissance de l'ordre de 50 % de son chiffre d'affaires. Et encore, l'entreprise n'a pas pu répondre à l'ensemble des demandes. « En mars et avril, nous avons enregistré deux fois plus de commandes qu'en période normale », rapporte François Thuilleur.

LA STRATÉGIE

Le groupe s'est récemment désinvesti de plusieurs marchés (cafés-restaurants, industrie lourde, BTP...) pour se recentrer sur ses secteurs considérés comme stratégiques : santé, collectivités, entreprises de propreté et industrie pharmaceutique et agroalimentaire. « On ne se bat pas sur les prix, nous ne serons jamais les moins chers. Notre stratégie est basée sur le made in France et la disponibilité des produits », avance le directeur général.

L'ACTU

S'il s'approvisionne auprès de distributeurs (pour les masques, le gel hydroalcoolique...), Paredes est également fabricant de produits ouatés (papier toilette; essuie-mains...). Pour augmenter la capacité industrielle de 1 000 à 1 800 tonnes par an, François Thuilleur vient de lancer un investissement de 2,6 millions d'euros dans l'outil de production. V.L.



Emmanuel Oberthur devient DSI du spécialiste de l'hygiène Paredes

Pour accompagner son développement, le groupe Paredes, fournisseur de produits et services d'hygiène et de protection professionnelle, nomme Emmanuel Oberthur Directeur des Systèmes d'Information. Publicité

Initialement recruté comme manager de transition chez Paredes durant l'été 2019, Emmanuel Oberthur a pris ses nouvelles fonctions en mai. Membre du Comex, il reporte directement au Directeur général du groupe, François Thuilleur, et gère une équipe de 12 personnes.

Dans le cadre de son poste de DSI, Emmanuel Oberthur est chargé de décliner au niveau du système d'information la vision établie dans le plan stratégique #Défi 2022 de Paredes. Il s'agit notamment de contribuer à l'excellence client, à travers la modernisation et l'accompagnement des différents métiers du groupe. « La transformation digitale est l'un des piliers de notre plan stratégique #Défi 2022, souligne François Thuilleur, se disant conforté dans cette approche par la crise sanitaire actuelle. « La composante SI est stratégique, primordiale aujourd'hui pour une entreprise comme Paredes, tant sur le digital que sur la data », ajoute Emmanuel Oberthur.

Avec plus de 20 ans d'expérience en tant que consultant dans des cabinets comme Kurt Salmon (Paris), CGI (Lyon) ou encore Mabelis (Lyon), Emmanuel Oberthur a acquis une expertise autour de l'accompagnement et du pilotage des grands projets de transformation. Emmanuel Oberthur a mis en oeuvre plusieurs programmes SI d'envergure, en particulier dans des groupes de distribution B2B familiaux.



Emmanuel Oberthur prend la DSI de Paredes



Initialement recruté comme manager de transition chez **Paredes** durant l'été 2019, Emmanuel Oberthur a pris ses nouvelles fonctions en mai. Membre du Comex, il reporte directement au Directeur général du groupe, **François Thuilleur**, et gère une équipe de 12 personnes.

Dans le cadre de son poste de DSI, Emmanuel Oberthur est chargé de décliner au niveau du système d'information la vision établie dans le plan stratégique #Défi 2022 de **Paredes**. Il s'agit notamment de contribuer à l'excellence client, à travers la modernisation et l'accompagnement des différents métiers du groupe. « La transformation digitale est l'un des piliers de notre plan stratégique #Défi 2022, souligne **François Thuilleur**, se disant conforté dans cette approche par la crise sanitaire actuelle. « La composante SI est stratégique, primordiale aujourd'hui pour une entreprise comme **Paredes**, tant sur le digital que sur la data », ajoute Emmanuel Oberthur.

Avec plus de 20 ans d'expérience en tant que consultant dans des cabinets comme Kurt Salmon (Paris), CGI (Lyon) ou encore Mabelis (Lyon), Emmanuel Oberthur a acquis une expertise autour de l'accompagnement et du pilotage des grands projets de transformation. Emmanuel Oberthur a mis en oeuvre plusieurs programmes SI d'envergure, en particulier dans des groupes de distribution B2B familiaux.

Emmanuel Oberthur



Paredes, acteur de l'hygiène et de la protection professionnelles, annonce la nomination d'Emmanuel Oberthur au poste de directeur des systèmes

d'information du groupe. Fort de plus de vingt ans d'expérience en tant que consultant dans des cabinets comme Kurt Salmon (Paris), CGI ou encore Mabelis (Lyon), il a œuvré dans l'accompagnement et le pilotage de programmes d'envergure de transformation SI. Le nouveau directeur avait intégré les rangs de Paredes durant l'été 2019 comme manager de transition. ■



Technologies



La société **Paredes**, acteur majeur des produits d'hygiène et de la protection professionnelles en France et en Italie, nomme Emmanuel Oberthur au poste de Directeur des Systèmes d'Information. Il reportera à **François Thuilleur**, Directeur Général et sera membre du Comex.

Emmanuel Oberthur a débuté chez **Paredes** à l'été 2019 comme manager de transition. Le nouveau DSI doit élaborer et mettre en œuvre la stratégie des systèmes d'information dans le cadre du plan stratégique #Défi 2022 de l'entreprise. Cela concerne la modernisation, la création de valeur et l'accompagnement des différents Business au quotidien et le développement de nouveaux services. Emmanuel Oberthur pilotera une équipe de 12 personnes.

« La transformation digitale est l'un des piliers de notre plan stratégique #Défi 2022 » commente **François Thuilleur**, directeur général de **Paredes**. « La crise sanitaire actuelle conforte la tendance à la digitalisation » ajoute-t-il. Le DSI possède 20 ans d'expérience en tant que consultant dans des cabinets comme Kurt Salmon à Paris, CGI à Lyon ou Mabelis à Lyon. Il a travaillé à l'accompagnement et au pilotage de programmes d'envergure de transformation des systèmes d'information, pour le compte de plusieurs groupes de distribution « B to B » familiaux.

« Aujourd'hui, je rejoins clairement un projet d'entreprise et une équipe impliquée. Je m'associe à l'impulsion de transformation initiée pour faire de **Paredes** un des leaders dans son domaine » annonce le DSI. « La somme de tous les projets, la somme de toutes les ambitions tant techniques qu'humaines m'ont convaincu. C'est pour moi une formidable opportunité de mettre mon savoir-faire au profit de ce projet et de ces équipes. La composante système d'information est stratégique, primordiale aujourd'hui pour une entreprise comme **Paredes** tant sur le digital que sur la data » souligne-t-il.

L'entreprise familiale **Paredes** est fondée en 1942. C'est le numéro 2 du marché de l'hygiène et de la protection professionnelles en France et il est présent également en Italie. Le groupe emploie 650 personnes et gère 25 000 clients. Il réalise un chiffre d'affaires de 180 millions d'euros. Son siège social est situé à Genas, en région lyonnaise. Les équipes de l'entreprise sont organisées autour de 4 marchés : la santé, l'industrie, les entreprises de Propreté et les Collectivités. La société s'appuie sur 180 conseillers experts afin de mieux comprendre et analyser les problématiques des clients et leur proposer des solutions globales.

Articles similaires

Paredes a doublé sa production d'essuie-mains

Paredes a été fondée en 1942 à Villeurbanne par un chiffonnier espagnol. De 1963 à 2012, sa direction a été assurée par le gendre du fondateur, André Lerond, ancien capitaine de l'OL et membre de la légendaire équipe de France qui s'est classée troisième de la Coupe du monde 1958 en Suède. Il innove en créant la première bobine d'essuyage en 1966 en ouate de cellulose. L'entreprise invente en 1974, le premier distributeur d'essuie-mains. Une invention reconnue mondialement dont les royalties ont fait la fortune de la société pendant des décennies. Le capitaine de foot et d'industrie s'éteint le 8 avril 2018 à l'âge de 87 ans. François Thuilleur devient alors le nouveau directeur général du groupe Paredes.

Avec la crise du coronavirus, l'entreprise a doublé sa production. Ses employés travaillent jour et nuit pour sortir plus de 50 tonnes de ouate par jour.

Pour répondre à la demande, Paredes a dû s'adapter. « La production d'essuie-mains, de draps d'examen et papiers hygiéniques au sein de l'usine de Genas tourne désormais en 3X8 et 7 jours sur 7 pour sortir plus de 50 tonnes de ouate par jour », confiait François Thuilleur.

L'entreprise a dû embaucher et avoir recours à des intérimaires pour répondre à l'explosion des commandes.

« L'enjeu pour nous est de pouvoir se réapprovisionner en vue

notamment de la rentrée de septembre », ajoutait-il. Il est prévu 5 millions d'euros d'investissement cette année dans la logistique, la production et l'informatique. L'entreprise souhaite progresser dans le domaine incontournable l'e-commerce. Le chiffre d'affaires s'élève à 180 millions d'euros en 2019, elle mise sur une hausse de 20 % en 2020 si elle est en capacité de répondre aux commandes.



Dirigée par François Thuilleur, l'entreprise Paredes est spécialisée dans l'hygiène et protection professionnelle. Photo Progrès /DR





Le Match : Orapi / Paredes , les poids lourds de la propreté

À la fois producteurs et fournisseurs de produits d'hygiène et de nettoyage, les groupes lyonnais Orapi et Paredes ont enregistré une forte progression de leur activité avec la crise du Covid. Deux leaders du secteur, aux stratégies divergentes. Guy Chiffлот (à gauche) et François Thuilleur (à droite)

Guy Chiffлот, l'historique (fondateur d'Orapi) Patron autodidacte, Guy Chiffлот a fondé Orapi en 1968. Depuis le début des années 2000 et l'introduction de la société en bourse, il multiplie les acquisitions en France et à l'international. Le groupe (1 200 salariés, 240 millions d'euros de chiffre d'affaires) fabrique et distribue des produits d'hygiène (nettoyage, désinfection) ou d'entretien de machines. François Thuilleur, le nouveau (directeur général de Paredes depuis 2017) Premier directeur général à ne pas être issu de la famille Paredes (650 collaborateurs, 190 millions d'eu

CARNET

TERÉGA ARNAUD LATEULADE



Arnaud Lateulade est le nouveau directeur sécurité, santé, sûreté et environnement (D3SE) de Teréga. Il devient aussi membre du comité exécutif de Teréga.

Il succède à ce poste à Bruno Tostain qui prend sa retraite.

PAREDES EMMANUEL OBERTHUR



Paredes a nommé Emmanuel Oberthur directeur des systèmes d'information du groupe. Membre du comex, il reportera directement

à François Thuilleur, directeur général de Paredes. Il a pour principales missions l'élaboration et la mise en œuvre de la stratégie des systèmes d'Information inscrite pleinement dans le plan stratégique #Défi 2022 de l'entreprise.

GROUPE ADP AMÉLIE LUMMAUX



Amélie Lummaux a été nommée directrice du développement durable et des affaires publiques du Groupe ADP. Elle intègre aussi

le comité exécutif du groupe.

GROUPE ADP ALEXANDRA LOCQUET



Depuis le 1^{er} juin, Alexandra Locquet est directrice de l'audit, de la sécurité et de la maîtrise des risques du Groupe ADP. Elle intègre le

comex du groupe.



PAREDES

EMMANUEL OBERTHUR



© J.M.

Paredes a nommé Emmanuel Oberthur directeur des systèmes d'information du groupe. Membre du comex, il reportera directement à François Thuilleur, directeur général de Paredes. Emmanuel Oberthur a intégré Paredes durant l'été 2019 comme manager de transition et a pris ses nouvelles fonctions en mai.

Business

COULISSES

PAREDES

L'hygiène revient en première ligne

La pandémie a mis cruellement en lumière des carences sanitaires. Le groupe Paredes, numéro deux sur le marché de l'hygiène professionnelle, s'est mis en ordre de bataille pour absorber le choc.





A Genas, près de Lyon, la production d'essuie-mains a pratiquement triplé au plus fort de la pandémie.



A Saint-Quentin-Fallavier (Isère), Paredes a confié la gestion de son entrepôt à la société SPI, où les opérateurs disposent d'une palette d'outils de lecture variés, comme ces bagues optiques.



Dans l'atelier de Genas, des techniciens effectuent une remise à niveau d'une des trois lignes de production pour permettre à Paredes de mieux répondre à l'augmentation des commandes.

Les énormes bobines de ouate blanche tournent à plein régime et la machine qui les sépare en deux feuilles avant de les encoller débite un cortège de petits rouleaux emballés, tout prêts à être expédiés dans des hôpitaux ou des usines agroalimentaires. Le rythme est soutenu, mais les lignes de production de l'atelier de Paredes, installées à Genas, à une vingtaine de kilomètres à l'est de Lyon, reviennent peu à peu, en cette fin du mois de juin, à leur cadence habituelle, après les folles semaines de la crise sanitaire. Cette ETI familiale, fondée par un récupérateur de chiffons au sortir de la Seconde Guerre mondiale et rachetée dans les années 1960 par une gloire nationale du football, André Lerond, fait en effet partie de ces entreprises qui ont été particulièrement mises à contribution pendant l'épidémie de Covid-19. Spécialiste des produits d'hygiène – essuie-mains, draps d'examen médical –, qu'elle fabrique, mais aussi gants de protection, charlottes ou encore solutions chimiques pour l'entretien de produits chirurgicaux, qu'elle commercialise – principalement pour les secteurs de la santé et de l'alimentaire –, l'entreprise a vu ses commandes pratiquement tripler au plus fort de la crise.

Aujourd'hui, une demi-douzaine de techniciens italiens s'affairent autour de la ligne numéro trois, à l'arrêt. «Ils sont en train de modifier la machine, ce qui nous permettra de diversifier la production», nous explique Jean-François Cammarata, le responsable du site. Un investissement de plusieurs centaines de milliers d'euros, décidé en avril. Car le patron de Paredes, François Thuilleur, a très vite mesuré la portée de la crise sanitaire sur l'activité à long terme. «Tout le monde a pris conscience de l'importance de l'hygiène dans la société et dans l'économie, souligne-t-il, ce qui nous ouvre des perspectives et nous renforce dans notre conviction de produire le plus possible en France.»

Dans cette nouvelle course aux règles sanitaires, le papier et la ouate ont aussi tous les avantages face à leur rival historique, le tissu. Jetables et recyclables, ils ne sont pas, eux, des nids à bactéries et à virus. Quand le PDG évoque les développements à venir de son activité, il ne s'agit donc pas d'un vœu pieux : dans le haut local attendant à la ligne numéro deux, qui produit en ce moment des rouleaux d'essuie-mains pour la RATP, un grand espace vide a été aménagé pour accueillir une quatrième ligne de production flambant neuve – un autre chèque de plus de 2 millions d'euros.

Des chiffres qui traduisent le coup d'accélérateur aussi soudain que brutal que l'entreprise a réussi à



Malgré sa forte croissance, l'entreprise veut rester fidèle à ses valeurs, qu'elle applique jusque dans ses entrepôts.

contrôler. Transfuge de chez Renault, arrivé aux commandes en 2017, [François Thuilleur](#) avait un ordre de mission très clair : redonner à [Paredes](#) son statut de leader du marché, perdu après une longue période de ronronnement. Un lucratif brevet mondial l'avait, en effet, longtemps mise à l'abri des aléas du marché, mais lui avait fait aussi rater tous les trains de l'investissement, de l'innovation et de la compétitivité. Fan de foot, le nouveau PDG avait sobrement baptisé son plan de relance : Remontada. Sa deadline : 2022. Avec les événements de cette année, il pourrait bien atteindre ses objectifs avant cette échéance.

C ar s'il peut se réjouir du potentiel économique qui s'ouvre à lui, [François Thuilleur](#) a aussi constaté l'engagement qu'il qualifie de total de ses équipes. Il le concède bien volontiers, le télétravail était la dernière de ses préoccupations : les trois quarts de ses effectifs ont pourtant pu s'y mettre pratiquement du jour au lendemain. Les commandes ont doublé en quelques jours : les opérateurs dans les ateliers ont tous répondu présent. «Nous avons tourné en trois équipes par jour, nous avons mis en place des équipes VSD (vendredi-samedi-dimanche) et 100% des collaborateurs se sont portés volontaires !» raconte Damien Monier, le DRH, qui a également trouvé le temps d'animer la rédaction d'une newsletter quotidienne – plus de cinquante éditions en tout – pour maintenir le lien

entre tous les collaborateurs et les tenir informés de l'évolution de la situation. Les dirigeants disent vouloir rétribuer cet effort collectif via un accord baptisé Win-Win, lié aux résultats, mais surtout prolonger cet élan positif en instaurant l'actionnariat salarié. «Mon intention est de pouvoir ouvrir une partie du capital aux salariés qui le souhaitent, affirme François Thuilleur, qui pourrait aller jusqu'à 5 à 10% et, pourquoi pas, de faire entrer un représentant des salariés au conseil d'administration.»

Rien ne sera donc plus vraiment comme avant chez [Paredes](#) ? Pas tout à fait : l'entreprise n'entend pas dévier de sa ligne commerciale, qui a contribué pour beaucoup à son redressement. Entièrement tournée vers la spécialisation par marchés, elle l'a menée à mettre en place des moyens de formation importants pour ses collaborateurs, et, surtout, la relation à long terme avec ses clients. Même au plus fort de l'épidémie, alors que tout le monde remuait ciel et terre pour obtenir des masques ou du gel hydroalcoolique, y compris à des prix «indécents», selon le mot du PDG, [Paredes](#) s'est refusé à entrer dans la spéculation ou l'opportunisme, et a choisi de réserver ses livraisons aux hôpitaux et au personnel soignant qu'ils fournissent habituellement, quitte à en distribuer gratuitement plusieurs milliers. Une expression supplémentaire de solidarité sanitaire qu'a voulu concrétiser l'entreprise familiale. *

► Par Francis Lecompte / © Hugo Ribes pour Management



[François Thuilleur](#), à la tête du groupe depuis 2017, a réveillé la belle endormie.



Damien Monier, DRH, a notamment mis l'accent sur de solides formations.



Un reportage Le journaliste Francis Lecompte visite l'usine **Parades**, près de Lyon, spécialiste des produits d'hygiène (page 34).

Engagement social et environnemental



Le fabricant français de produits d'entretien a développé une gamme de produits verts parmi les plus importants sur le marché. (Eyrein)

FOURNISSEURS ET DISTRIBUTEURS

Le développement durable a-t-il eu raison du « greenwashing » ?

→ L'engagement des entreprises et de leurs fournisseurs pour le développement durable est sans doute le volet le plus visible de la RSE. Le plus visible et donc, par conséquent, le plus sujet à effets d'annonce et mise en avant de bonnes intentions. Si le « greenwashing », a permis de verdir à bon compte un certain nombre d'acteurs du monde de la propreté, la tendance semble aujourd'hui plus marginale. Les produits écoresponsables et les méthodes de nettoyage durables ont prouvé leur efficacité et sont de plus en plus souvent exigés par les donneurs d'ordres.

Présent depuis bientôt trente-cinq ans sur le marché de l'hygiène professionnelle, la société Eyrein a fait de la RSE un marqueur essentiel. Pas toujours facile de jouer la carte environnementale lorsque son activité principale est de fabriquer des produits d'entretien ? « Pas forcément ! » réagit Pierre-Alain Magne, le directeur animation & développement de l'entreprise. « La RSE s'inscrit dans une démarche globale présente depuis la création d'Eyrein. Nos engagements s'appuient sur trois piliers que nous menons de front et qui sont bien associés à notre image : le développement durable, le « made in France » et l'engagement local et associatif. Notre statut d'entreprise familiale, implantée solidement et durablement sur son territoire, nous aide également » poursuit le responsable d'Eyrein. La démarche de développement durable se traduit d'abord au travers des gammes de produits résolument vertes et labellisées : Écolabel, Écocert, mais également

Éco'Reflex, le label créé en 2006 par l'entreprise corrézienne. « Les process de fabrication intègrent également cette dimension environnementale. Au-delà de la station d'épuration qui a été installée sur le site en 2000, nous allons plus loin désormais en re-introduisant dans le cycle de fabrication d'un produit les eaux de rinçage qui auront été stockées. Soit plusieurs centaines de milliers de litres d'eau qui chaque jour ne viennent pas alimenter la station d'épuration » pointe Pierre-Alain Magne.

CONVAINCRE LE MARCHÉ ET LES UTILISATEURS FINAUX

La bonne gestion des conditionnements représente également un levier important lorsqu'il s'agit de faire le bilan environnemental. Pour entrer dans une logique plus vertueuse l'industriel utilise de nouveaux flacons doseurs – produits en France – qui contiennent 10 % de plastiques en moins. Mais il ne souhaite pas pour autant →



La logistique urbaine est un des grands défis pour les distributeurs professionnels. Igual a fait le choix d'un partenariat avec Urby et ses vélos cargo à Montpellier. (Urby).



Pour Pierre-Alain Magne, directeur animation & développement de la société Eyrein, l'implantation solide et durable sur un territoire est un atout majeur en matière de RSE. (DR)

→ s'arrêter là. L'étape suivante consiste à accompagner les clients et les utilisateurs finaux vers de nouvelles (bonnes) pratiques. « Nous voulons développer l'usage de pulvérisateurs réutilisables sur lesquels est sérigraphié le nom du produit, voire le logo de l'entreprise de propreté, afin de pouvoir les remplir à partir de bidons doseur 1 l. De même, nous travaillons sur le bag-in-box et les conditionnements en poches souples qui vont réduire très sensiblement le volume de déchets. Il faut ensuite trouver les meilleurs arguments pour convaincre le marché et les utilisateurs finaux ! »

FABRIQUER EN FRANCE

La crise de la Covid-19 a mis en évidence la nécessité, l'urgence même pour certains produits, d'installer et de pérenniser une production nationale et locale. Une évidence pour Eyrein qui multiplie les sources d'approvisionnement nationales, a noué un partenariat avec un parfumeur français, et confie la fabrication des étiquettes et des impressions papier à un imprimeur situé à quelques kilomètres du site de production. « Une démarche qui fait elle aussi partie de l'ADN de la société, mais à laquelle il est parfois difficile de se soumettre à 100 % », regrette Pierre-Alain Magne qui doit continuer à se fournir à l'étranger pour certains de ses matières premières. Dernière pierre à l'édifice RSE, l'ancrage local de l'entreprise constitue une évidence. Les chiffres parlent d'eux-mêmes : plus d'une centaine de salariés sur le site qui regroupe à la fois l'usine, le siège social et le laboratoire de R&D, quelque 600 habitants dans la commune d'Eyrein qui fait partie de la communauté d'agglomération de Tulle. Totalement intégrée dans le tissu associatif, économique ou encore sportif local, la société familiale pointe au top 15 des entreprises corréziennes.

URBY ET LA LOGISTIQUE DU DERNIER KILOMÈTRE

L'engagement environnemental des entreprises et de leurs fournisseurs ne se limite pas à la composition des produits et à la durabilité des conditionnements. L'empreinte carbone se mesure éga-

lement à l'aune de l'optimisation des déplacements et des moyens utilisés. Même si le nombre de véhicules électriques progresse, les entreprises se disent encore trop tributaires de l'autonomie des véhicules et des possibilités de recharger les batteries. L'approche est différente dans les cœurs de ville, notamment pour les fournisseurs et distributeurs de produits et matériels qui voient la réglementation se durcir.

« De plus en plus de villes et de métropoles règlementent de façon drastique l'entrée des poids lourds. La logistique du dernier kilomètre devient un enjeu important. L'objectif d'Urby, filiale de La Poste créée il y a deux ans, est de mutualiser et de maximiser les livraisons en installant des centres de logistique urbains et de livrer les clients professionnels avec des véhicules propres (vélos cargo, véhicules électriques ou véhicules utilitaires avec Euro 6) qui circulent à pleine charge sans restrictions d'horaires par exemple. Notre modèle s'applique à tous les types de marchandises à partir de 30 kg », détaille Delphine Janicot, directrice marketing, communication et commerciale d'Urby, qui sera présente dans les 22 métropoles françaises d'ici fin 2020.

IGUAL SÉDUIT PAR LA SOLUTION URBY

« Cette solution du « dernier kilomètre » offre plusieurs avantages. Environnementaux d'abord (réduction du niveau sonore et des émissions de CO₂) dans la droite ligne du label EnVol, obtenu en 2018, mais également en termes de qualité de service et de bénéfiques clients. Nous avons pu ainsi raccourcir nos délais de livraison dans Montpellier et par répercussion libérer de la place dans nos camions pour livrer plus vite également les clients plus éloignés. De plus, la livraison en vélo cargo offre une plage horaire plus élargie en centre-ville et une solution sur mesure pour nos clients professionnels », se félicitent les responsables du groupe Igual qui envisagent d'étendre cette solution dans les autres métropoles du sud de la France où ils sont présents. ■



Trois questions à...

Delphine Doré,
directrice marketing
et achats du groupe
Paredes

« Nous proposons à nos clients des consommables 100 % recyclables et en totale adéquation avec les démarches zéro plastique et zéro déchet ! »

Le groupe Paredes est engagé dans un programme très ambitieux en termes de DD. Comment se traduit-il par exemple dans le domaine de la ouate ?

Paredes a la particularité d'être à la fois fabricant et distributeur de produits finis à base de ouate, comme des essuie-mains, des draps d'examen ou encore du papier hygiénique. Les produits issus de nos usines de transformation de ouate pour l'essuyage sont à 99 % certifiés Écolabel et plus de 80 % de l'offre sont en ouate recyclée. Nos équipes industrielles et marketing s'emploient à concevoir des solutions toujours plus durables, à l'instar de nos essuie-mains rouleaux avec embout en cellulose moulé. Nous sommes fiers de pouvoir proposer à nos clients des consommables 100 % recyclables en totale adéquation avec les démarches zéro plastique et zéro déchet.

Comment vous organisez-vous pour produire le plus localement possible ?

Avec deux usines de transformation de ouate, l'une près de Lyon et l'autre à Lucques, en Italie, Paredes a toujours souhaité maintenir son outil de production en Europe pour produire le plus localement possible. Le groupe privilégie également les fournis-

seurs européens puisque près de 100 % de nos matières premières (bobines mères) proviennent majoritairement de France puis, en complément, d'Italie et d'Espagne. Notre objectif à court terme est de renforcer cette stratégie en dédiant l'usine de Genas pour le marché France et celle de Lucques pour le marché italien.

La crise de la Covid-19 aura-t-elle une incidence (positive ou négative) sur ces engagements en matière de DD ?

Paredes est depuis plusieurs années dans une dynamique concrète de performance en matière RSE. Cet engagement lui a par ailleurs permis d'obtenir, l'année dernière, la certification Gold décernée par l'agence de notation EcoVadis sur son secteur d'activité. La crise de la Covid-19 a mis en exergue la nécessité et l'importance des cycles courts en matière de production et d'approvisionnement et nous conforte dans notre stratégie de produire « local ». Nous avons ainsi récemment annoncé un investissement dans une nouvelle ligne de production de notre usine lyonnaise pour renforcer notre capacité de production. ■

DESSIN

Par Eve Mennesson @DAFmag_fr

1 RISQUES & CO

La crise du Covid-19 est une crise sanitaire, certes. Mais les entreprises ne sont pas confrontées à ces seuls dangers, loin de là ! Du risque cyber au risque juridique en passant par les risques psychosociaux, de nombreux périls sont apparus ou se sont renforcés. L'occasion pour les entreprises de prendre conscience de l'importance du risk management.

La crise sanitaire que nous traversons est inédite. Par son ampleur: le virus a touché des millions d'individus, causé des centaines de milliers de morts et obligé près de 4 milliards de personnes à se confiner. Par ses répercussions sur l'économie mondiale (le FMI prévoit une contraction de 3 % du PIB de la planète en 2020) et sur la vie des nations (plus d'un milliard d'élèves privés d'établissements scolaires selon l'UNESCO, plus de 50 pays et territoires ont reporté leurs élections selon la Fondation Kofi-Annan). Inédite, enfin, à travers les risques qu'elle a fait émerger ou accentués au sein des entreprises: financiers, informatiques, psychosociaux, juridiques, sanitaires... Les chefs d'entreprise – et leurs bras-droits les DAF – font donc face aux multiples facettes de cette crise polymorphe, car elle ne s'est pas contentée d'être seulement sanitaire.

EXPLOSION DU PHISHING

Pour la France, la crise a réellement débuté le 17 mars 2020, jour 1 du confinement. Première conséquence: un recours massif au télétravail. D'après la Dares, 1 salarié sur 4 était le pratiquait fin

La gestion des risques s'intensifie

mars. Cela ne s'est pas fait sans risque. À commencer par le risque cyber. «Avant la crise, la fragilité des entreprises en termes de cybersécurité était réelle. Avec le télétravail, les failles sur les portables et les réseaux personnels sont plus importantes et la frontière plus fine entre vie personnelle et professionnelle aggrave le risque», pointe Benoît Ranini, président de TNP Consultants. De fait, les hackers ont saisi cette formidable opportunité. «Des e-mails frauduleux, qui informaient sur les dernières évolutions de propagation du virus ou qui parlaient des aides financières de l'État, ont été envoyés, incitant à cliquer sur un lien ou à télécharger une pièce jointe», informe Philippe Rondel, cyber évangéliste chez CheckPoint, précisant que les e-mails représentent désormais 78 % des vecteurs de menace en France, contre 50 % auparavant.



Le recours massif au télétravail, de plus dans l'urgence, a aussi renforcé les risques psychosociaux. Si 65 % des personnes qui travaillent à distance se déclarent satisfaites (étude WorkaAnyWhere réalisée en avril 2020 auprès de 6500 salariés), certaines se sont senties isolées et d'autres ont eu du mal à s'organiser. «D'un côté, le télétravail est une réussite. Mais l'autre face de la médaille est bien noire: surcharge, manque de reconnaissance, baisse de l'engagement dans l'entreprise. Particulièrement pour les jeunes qui se trouvent mal accompagnés et les parents qui ont dû organiser la vie familiale et éducative», constate Frédéric Petitbon, associé spécialiste de l'innovation managériale chez PwC Consulting. Giovanni Terrana, associé au cabinet RSM, parle quant à lui de l'estompement de la frontière entre les vies professionnelle et personnelle, des horaires de travail qui s'étendent toujours plus, de l'explosion des e-mails auxquels on se sent toujours obligé de répondre, de l'immixtion dans la vie privée avec les visioconférences...

Les responsables se sont parfois sentis désemparés face aux défis du management à distance. «Les managers du groupe ont été sensibilisés à la gestion du télétravail. À savoir trouver la bonne distance vis-à-vis de leurs équipes pour être présents sans donner l'impression d'un sur-contrôle, s'assurer que les dossiers avancent mais aussi conserver le sentiment d'appartenance à l'entreprise», raconte Eric Palanque, Daf de Parede, distributeur de produits d'hygiène et de protection. De son côté, il organisait des réunions régulières, autant pour délivrer des informations que pour détecter des signaux faibles. Laurence Tort, Daf de Clarke Energy, a

FOCUS Les principaux risques de cette crise

- Risque sanitaire de contamination au virus.
- Défaut de trésorerie.
- Risques psychosociaux dus à l'isolement des salariés en chômage partiel, la solitude des télétravailleurs et au stress des salariés sur site.
- Cyber-attaques et fraudes.
- Risques juridiques liés au retour des employés sur site et aux abus vis-à-vis du chômage partiel.
- Risques d'approvisionnement.

« LE CODIR SE RÉUNISSAIT TOUS LES JOURS PAR SKYPE POUR POUVOIR RÉAGIR VITE. »

Laurence Tort, Daf de Clarke Energy

de son côté favorisé la proximité et la compréhension. «Je contactais mes équipes au maximum tous les trois jours et j'essayais de prendre en compte les différentes situations. Comme le fait que plusieurs collaborateurs avaient leurs enfants à la maison.»

CELLULES DE CRISE

Outre les télétravailleurs, douze millions de salariés ont été placés en chômage partiel. Parfois de manière abusive. Une étude du cabinet Technologia, menée auprès de 2600 élus du personnel, révèle que 24 % des employés en chômage partiel total auraient été amenés à poursuivre leur activité à la demande de l'employeur. Il faut dire que les entreprises ont tâtonné face à des décisions gouvernementales qui évoluaient quotidiennement. Spécialisé dans la vente de véhicules neufs et d'occasion, le groupe Parot opère sur deux secteurs différents: la vente et l'entretien de véhicules. Un flou a longtemps existé sur les activités qui pouvaient se poursuivre. Pour Alexis Bazin, Daf de Precision, groupe mondial spécialiste des valves pour aérosols, la complexité résidait dans la gestion de situations disparates d'un pays à l'autre. «La crise ne touche pas toutes les régions du monde de la même façon ni au même moment, les approches pays sont différentes, même s'il existe parfois des réponses communes», rapporte-t-il. Le «Group Executive Team» s'est alors réuni trois fois par semaine, le transformant ainsi en cellule de crise. «Cela nous permet de réagir vite face à certaines situations inattendues provoquées par la crise.» ►►

DESSIN

Par Ève Mennesson @DAFmag_fr

►► Le groupe Terre Comtoise, coopérative agricole, a aussi mis sur pied une cellule de crise. «L'objectif était de mesurer l'état d'avancement, d'anticiper les sujets afin d'être réactifs», explique Olivier Debost, Daf du groupe. Chez Clarke Energy, «le Codir se réunissait par Skype tous les jours pour pouvoir réagir vite», explique sa Daf, Laurence Tort. Et faire le point sur les dernières informations du gouvernement notamment. Ces cellules de crise permettent d'être "d'équerre" avec les réglementations, et donc à l'abri de tout risque juridique. Mais aussi de savoir quels choix opérer quand, soudainement, ferment bureaux et boutiques, clients et fournisseurs.

RASSURER ET REMOTIVER LES ÉQUIPES

Pour Julie Vallée, directrice du pôle gestion de crise d'Iremos, il n'est pas trop tard pour mettre en place une cellule de crise. «Regroupant différentes fonctions, une telle cellule permet de prendre en compte tous les risques, contraintes, interdépendances et d'anticiper des scénarios d'évolution à court, moyen et long terme.» Car la reprise comporte son lot de risques. Comment faire revenir les salariés en toute sécurité? «Le protocole de déconfinement établi par le gouvernement n'a pas de valeur juridique, mais mieux vaut s'y conformer pour éviter tout litige. De plus, il est très utile pour s'organiser», estime Christine Artus, avocate associée chez K&L Gates. Ainsi, le télétravail doit se poursuivre et le retour doit être organisé en mettant en place des actions de prévention.

Le médecin du travail peut être consulté. Mais ce sont surtout avec les partenaires sociaux que les chefs d'entreprise se sont longuement entretenus pour mettre en place leurs protocoles. Se basant sur le jugement Amazon, Margaux Durand-Poincloux, avocate associée au cabinet ABPA, souligne que «la mauvaise information du CSE est un délit pénal, le délit d'entrave». «Il n'y a pas de débat: la reprise d'activité et ses modalités doivent faire l'objet d'une consultation du CSE», poursuit Nicolas Chataignier, associé en droit social chez Mazars Société d'Avocats.

Nicolas Chataignier cite une autre décision, celle du tribunal du Havre quant à la suspension de la production de l'usine Renault de Sandouville. Le tribunal demande, entre autres, une formation «pratique et appropriée» des salariés notamment pour les matériels de protection. «L'employeur doit veiller à informer et former ses salariés quant aux mesures barrières.» Ces actions de communication sont d'autant plus importantes qu'elles servent à rassurer et à remotiver les salariés. «Une communication "spéciale reprise" est la clé. L'entreprise a de nouvelles attentes, de nouveaux objectifs; les salariés se posent des questions sur les pertes engrangées, la pérennité des emplois... Il ne faut pas ajouter du flou à la situation», estime Sifra Schaeffer, psychologue sociale du travail et consultante pour Ayming. Pour Vincent Balouet, dirigeant de maitrise-desrisques.com, il faut à la fois remotiver les équipes et redonner du sens, afin d'éviter les départs non désirés.

David Luponis, associé cybersécurité chez Mazars, invite quant à lui à être attentif au risque cyber lors de la reprise d'activité sur site. «Davantage d'habilitations ont été données afin de pouvoir

TÉMOIGNAGE

**Grégoire Chevignard,
Daf de Solution Energie :**
**« C'est une des leçons de 2008 :
se concentrer sur l'essentiel. »**

Le groupe Solution Energie, entreprise de photovoltaïque, connaissait une crise de croissance lorsque Grégoire Chevignard l'a rejointe il y a un peu plus d'un an. Mais, c'est à une autre urgence qu'il a dû faire face, celle du Covid 19. Premier défi, mettre les équipes au télétravail. «Comme nous travaillons avec l'Asie, nous nous étions préparés à l'éventualité d'un confinement avant qu'il ne soit décrété. Nous avons investi dans des imprimantes, des PC et testé nos logiciels.» Malgré cela, un changement de culture se fait.



«L'entreprise ne recourait pas au télétravail avant la crise. Nous avons dû apprendre à gérer la relation à distance.» Au niveau financier, le groupe a un business model basé sur le préfinancement et a donc encaissé sans investir pendant le confinement. Mais l'activité et les investissements vont reprendre...

L'entreprise a contracté un PGE et repousse les investissements non urgents. «C'est une des leçons de 2008 : se concentrer sur l'essentiel», souligne le Daf. L'autre leçon apprise en 2008 : on ne peut pas sauver tout le monde. «Nous aidons un fournisseur sur deux.» Côté activité, le redémarrage se fait avec des évolutions notables. La relation commerciale s'effectue au maximum de manière dématérialisée et le groupe a commandé 70 écrans déportés afin de permettre aux commerciaux de montrer les produits en restant à deux mètres des clients.

travailler à distance, des accès à des outils moins connus ont été autorisés, des sites web temporaires ont été créés... La surface d'attaque est beaucoup plus grande.» Sur ce sujet des cyber-risques, Mélodie Alvaro, manager expertise assurances chez Cristal Décisions (groupe Ayming), invite à mettre en place des "gestes barrières" par des actions de sensibilisation auprès des salariés.

Mais la réouverture des entreprises ne doit pas uniquement se limiter à la gestion des risques sanitaires. Au-delà des risques juridiques, RH et cyber évoqués, il faut veiller à celui de défaillance des fournisseurs et d'approvisionnement. Mais aussi au risque de trésorerie puisqu'il va falloir réinvestir. On l'aura compris: le risk management a donc de beaux jours devant lui. ●



Distribution de produits hygiène. UniHA renforce son partenariat avec Paredes

batiment-entretien.fr/actualite/distribution-de-produits-hygiene-uniha-renforce-son-partenariat-avec-paredes

July 15, 2020



Un nouveau marché annuel de 2,3 M€, portant sur la fourniture de vaisselle à usage unique et de papier hygiénique est effectif depuis le 1 mars.

Le groupe Paredes, a été sélectionnée par UniHA, la coopérative des acheteurs hospitaliers, comme partenaire exclusif pour la fourniture de vaisselle à usage unique et de papier hygiénique. Le gain de ces deux nouveaux marchés est consécutif au contrat remporté en septembre dernier par le groupe lyonnais pour la fourniture de produits d'hygiène des mains auprès de plusieurs centaines d'établissements hospitaliers et Ephaad publics adhérant à UniHA.

Le marché pour la fourniture de vaisselle à usage unique est établi pour une durée de 4 ans et représente un chiffre d'affaires annuel généré de 600 k€. Celui relatif à la mise à disposition de papier hygiénique est signé pour une durée de 2 ans, pour un chiffre d'affaires annuel généré de 1,7 million €. Notifiés en décembre 2019, tous deux sont effectifs depuis le 1er mars 2020. « La signature de ce nouvel appel d'offres souligne les relations de confiance établies avec UniHA. Elle reflète l'engagement et l'expertise des équipes de Paredes Santé qui ont su appréhender les nouveaux besoins des adhérents d'UniHA et leur apporter des réponses pertinentes à leurs problématiques de marché », se félicite Frank Le Flem, directeur commercial Santé & Collectivités de Paredes.



Une récolte de miel sur le site du groupe Paredes à Verneuil-sur-Vienne

Pour l'entreprise, l'environnement est une priorité

Nouvelle récolte de miel cette semaine sur le site du groupe Paredes à Verneuil.

Acteur majeur sur le marché de l'hygiène et de la protection professionnelles en France, cristallise, cette année encore, son action sur l'environnement et la biodiversité.

Conscient que la population des abeilles participe à la pollinisation des plantes à fleurs, Paredes s'est lancé dans l'installation et le suivi de plusieurs ruches sur son site de Verneuil-sur-Vienne.

Pour la troisième année consécutive, l'entreprise vient d'effectuer la récolte de miel produite par plus de 150. 000 abeilles préservées sur le site.

Cette initiative, appréciée par les collaborateurs et en partenariat avec un apiculteur local, Laurent Desmichels, réunit l'interne autour de la démarche volontariste de préservation de l'environnement inscrite dans la politique globale de développement durable du Groupe Paredes.

Récemment, les collaborateurs présents se sont rassemblés par petits groupes, conditions sanitaires obligent, autour de l'ambassadeur Développement Durable Paredes, Frédéric Soulat, et de l'apiculteur. Chacun a su montrer un véritable engouement pour les abeilles.

J-F Julien ■

Parades dévoile sa nouvelle collection pour cabines sanitaires



Parades, ETI familiale lyonnaise spécialisée dans l'hygiène et les protections professionnelles, dévoile sa nouvelle collection pour cabines sanitaires, permettant de répondre aux besoins d'exigence et de standing du marché. Au design très contemporain, la collection Paredis Elite arbore une couleur inédite champagne alliant l'élégance à la technicité. Opposé à des tons clairs ou harmonieusement intégré à des nuances sombres, chacun des produits rehausse et structure l'intérieur d'une cabine sanitaire. La collection Paredis Elite se compose à ce jour des 4 produits phares de la cabine sanitaire (distributeur d'essuie-mains rouleaux, d'essuie-mains plié, de papier hygiénique et de savon). Le distributeur d'essuie-mains rouleaux est doté de fonctionnalités

ingénieuses, notamment le système de lame composite efficace et éprouvé depuis près de 15 ans aussi résistant que la céramique et aussi coupant que le métal ; la courbure de la lame couplée au mécanisme interne favorisant la sortie optimisée de tous types de ouate et ce, quelle que soit l'épaisseur des matières utilisées ; l'isolation sécuritaire de la lame dans une cassette manuellement inaccessible ; la fenêtre de visualisation pour contrôler rapidement l'évolution des consommables.

La mise en place des consommables est facilitée par l'utilisation d'une seule et même clé pour toute la collection. Grâce au capot lisse et sans aspérité, les salissures ne s'accrochent pas, facilitant le nettoyage des appareils. Les mécanismes internes, totalement amovibles peuvent être lavés individuellement et permettent une flexibilité dans le choix des consommables. ■



Partenariat renforcé entre UniHA et Paredes

UniHA a confié à Paredes deux nouveaux marchés pour un montant de plus de 2,4 millions d'euros par an. Peu avant la crise sanitaire, UniHA a renouvelé sa confiance auprès de Paredes puisque le spécialiste de la distribution de solutions d'hygiène a obtenu deux nouveaux marchés d'envergure : la fourniture de vaisselle à usage unique et de papier hygiénique pour un montant de plus de 2,4 M€ par an. La coopérative des acheteurs hospitaliers (UniHA) avait déjà confié en septembre 2019 au groupe lyonnais la fourniture de produits d'hygiène des mains auprès de plusieurs centaines d'établissements hospitaliers et Ehpad publics.

Le marché pour la fourniture de vaisselle à usage unique est établi pour une durée de 4 ans et représente un chiffre d'affaires annuel généré de 600 000 €. Celui relatif à la mise à disposition de papier hygiénique est signé pour une durée de 2 ans, pour un chiffre d'affaires annuel généré de 1,70 M€. Ces deux contrats sont effectifs depuis le 1er mars 2020.

Engagement écoresponsable

La loi de transition énergétique implique l'interdiction, depuis le 1er janvier 2020, de la mise à disposition de gobelets, verres et assiettes jetables en plastique, sauf s'ils sont compostables en compostage industriel ou domestique. La nouvelle vaisselle à usage unique commercialisée dès cette année doit être fabriquée à 50% au moins avec des matières biosourcées (60% à l'horizon 2025). Bois, carton et fibre naturelle composent ainsi la nouvelle gamme de vaisselle à usage unique de Paredes. Concernant le papier hygiénique, les rouleaux sont fabriqués sur le territoire national, dans l'usine du groupe à Genas (Rhône) et bénéficient de l'innovation « Econatural » développée par Lucart. L'entreprise italienne fournit à Paredes les fibres de cellulose, extrait de briques alimentaires: le Fiberpack®, entrant dans la composition des bobines de ouate.



Une belle récolte de miel pour le groupe Paredes sur son site de Verneuil-sur-Vienne



Acteur majeur sur le marché de l'hygiène et de la protection professionnelles en France, le groupe Paredes cristallise, cette année encore, son action sur l'environnement et la biodiversité.

Conscient que la population des abeilles participe à la pollinisation des plantes à fleurs, Paredes s'est lancé dans l'installation et le suivi de plusieurs ruches sur son site de Verneuil-sur-Vienne.

150.000 abeilles

Pour la 3e année consécutive, l'entreprise vient d'effectuer sa récolte de miel produite par plus de 150.000 abeilles préservées sur le site.

Cette initiative, appréciée par les collaborateurs et en partenariat avec un apiculteur local, Laurent Desmichels, rassemble autour de la démarche volontariste de préservation de l'environnement inscrite dans la politique globale de développement durable du Groupe Paredes.

Récemment, les collaborateurs présents se sont rassemblés par petits groupes, conditions sanitaires obligent, autour de l'ambassadeur "Développement Durable Paredes", Frédéric Soulat, et de l'apiculteur. Chacun a su montrer un véritable engouement pour les abeilles.

Jean-François Julien



FINANCE & MARCHES

carnet



ENTREPRISES

PAREDES

Emmanuel Oberthur

est nommé directeur des systèmes d'information du groupe. A ce titre, il siège au comité exécutif.

Emmanuel Oberthur, 55 ans, est diplômé en finance-gestion de la Novancia Business School de Paris. Il bénéficie de plus de vingt ans d'expérience en tant que consultant dans des cabinets tels que Kurt Salmon situé à Paris, ou encore CGI et Mabelis à Lyon. C'est l'année dernière qu'il a intégré Paredes en tant que manager de transition.



Au bureau, l'hygiène revient en première ligne

La pandémie a mis cruellement en lumière certaines carences sanitaires. Le groupe Paredes, numéro deux sur le marché de l'hygiène professionnelle, s'est mis en ordre de bataille pour absorber le choc.

Les énormes bobines de ouate blanche tournent à plein régime et la machine qui les sépare en deux feuilles avant des encoller débite un cortège de petits rouleaux emballés, tout prêts à être expédiés dans des hôpitaux ou des usines agro-alimentaires. Le rythme est soutenu, mais les lignes de production de l'atelier de Paredes, installées à Genas, à une vingtaine de kilomètres à l'est de Lyon, reviennent peu à peu, en cette fin du mois de juin, à leur cadence habituelle, après les folles semaines de la crise sanitaire. Cette ETI familiale, fondée par un récupérateur de chiffons au sortir de la Seconde Guerre mondiale et rachetée dans les années 1960 par une gloire nationale du football, André Lerond, fait en effet partie de ces entreprises qui ont été particulièrement mises à contribution pendant l'épidémie de Covid-19. Spécialiste des produits d'hygiène - essuie-mains, draps d'examen médical, qu'elle produit, mais aussi gants de protection, charlottes ou encore solutions chimiques pour l'entretien de produits chirurgicaux, qu'elle commercialise – principalement pour les secteurs de la santé et de l'alimentaire –, l'entreprise a vu ses commandes pratiquement tripler au plus fort de la crise.

Aujourd'hui, une demi-douzaine de techniciens italiens s'affairent autour de la ligne numéro trois, à l'arrêt. «Ils sont en train de modifier la machine, ce qui nous permettra de diversifier la production», nous explique Jean-François Cammarata, le responsable du site. Un investissement de plusieurs centaines de milliers d'euros, décidé en avril. Car le patron de Paredes, **François Thuilleur**, a très vite mesuré la portée de la crise sanitaire sur l'activité à long terme. "Tout le monde a pris conscience de l'importance de l'hygiène dans la société et dans l'économie, souligne-t-il, ce qui nous ouvre des perspectives et nous renforce dans notre conviction de produire le plus possible en France." Dans cette nouvelle course aux règles sanitaires, le papier et la ouate ont aussi tous les avantages face à leur rival historique, le tissu. Jetables et recyclables, ils ne sont pas, eux, des nids à bactéries et à virus. Quand le PDG évoque les développements à venir de son activité, il ne s'agit donc pas d'un vœu pieux : dans le haut local attendant à la ligne numéro deux, qui produit en ce moment des rouleaux d'essuie-mains pour la RATP, un grand espace vide a été aménagé pour accueillir une quatrième ligne de production flambant neuve – un autre chèque de plus de 2 millions d'euros.

Des chiffres qui traduisent le coup d'accélérateur aussi soudain que brutal que l'entreprise a réussi à contrôler. Transfuge de chez Renault, arrivé aux commandes en 2017, **François Thuilleur** avait un ordre de mission très clair : redonner à Paredes son statut de leader du marché, perdu après une longue période de ronronnement. Un lucratif brevet mondial l'avait, en effet, longtemps mise à l'abri des aléas du marché, mais lui avait fait aussi rater tous les trains de l'investissement, de l'innovation et de la compétitivité. Fan de foot, le nouveau PDG avait sobrement baptisé son plan de relance : Remontada. Sa dead-line : 2022. Avec les événements de cette année, il pourrait bien atteindre ses objectifs avant cette échéance.

>> Notre service - Entrepreneurs, publiez vos annonces légales en ligne sur Capital.fr. Nous vous garantissons le meilleur prix

Car s'il peut se réjouir du potentiel économique qui s'ouvre à lui, **François Thuilleur** a aussi constaté l'engagement qu'il qualifie de total de ses équipes. Il le concède bien volontiers, le télétravail était la dernière de ses préoccupations : les trois quarts de ses effectifs ont pourtant pu s'y mettre pratiquement du jour au lendemain. Les commandes ont doublé en quelques jours : les opérateurs dans les ateliers ont tous répondu présent. «Nous avons tourné en trois équipes par jour, nous avons mis en place des équipes VSD (vendredi-samedi-dimanche), et nous avons eu 100% de volontariat !» raconte Damien Monier, le DRH, qui a également trouvé le temps d'animer la rédaction d'une newsletter quotidienne – plus de cinquante éditions en tout – pour

maintenir le lien entre tous les collaborateurs et les tenir informés de l'évolution de la situation. Les dirigeants disent vouloir rétribuer cet effort collectif via un accord baptisé Win-Win, lié aux résultats, mais surtout prolonger cet élan positif en instaurant l'actionnariat salarié. «Mon intention est de pouvoir ouvrir une partie du capital aux salariés qui le souhaitent, affirme **François Thuilleur**, qui pourrait aller jusqu'à 5 à 10% et, pourquoi pas, de faire entrer un représentant des salariés au conseil d'administration.»

Rien ne sera donc plus tout à fait comme avant chez **Paredes** ? Pas tout à fait : l'entreprise n'entend pas dévier de sa ligne commerciale, qui a contribué pour beaucoup à son redressement. Entièrement tournée vers la spécialisation par marchés, elle l'a menée à mettre en place des moyens de formation importants pour ses collaborateurs, et, surtout, la relation à long terme avec ses clients. Même au plus fort de l'épidémie, alors que tout le monde remuait ciel et terre pour obtenir des masques ou du gel hydroalcoolique, y compris à des prix «indécents», selon le mot du PDG, **Paredes** s'est refusé à entrer dans la spéculation ou l'opportunisme et a choisi de réserver ses livraisons aux hôpitaux et au personnel soignant qu'ils fournissent habituellement, quitte à en distribuer gratuitement plusieurs milliers. Une expression supplémentaire de solidarité sanitaire qu'a voulu concrétiser l'entreprise familiale.

>> Notre service - Vous cherchez un emploi ou voulez en changer ? Retrouvez des milliers d'offres sur notre site



Au bureau, l'hygiène revient en première ligne



Les énormes bobines de ouate blanche tournent à plein régime et la machine qui les sépare en deux feuilles avant des encoller débite un cortège de petits rouleaux emballés, tout prêts à être expédiés dans des hôpitaux ou des usines agro-alimentaires. Le rythme est soutenu, mais les lignes de production de l'atelier de **Paredes**, installées à Genas, à une vingtaine de kilomètres à l'est de Lyon, reviennent peu à peu, en cette fin du mois de juin, à leur cadence habituelle, après les folles semaines de la crise sanitaire. Cette ETI familiale, fondée par un récupérateur de chiffons au sortir de la Seconde Guerre mondiale et rachetée dans les années 1960 par une gloire nationale du football, André Lerond, fait en effet partie de ces entreprises qui ont été particulièrement mises à contribution pendant l'épidémie de Covid-19. Spécialiste des produits d'hygiène - essuie-mains, draps d'examen médical, qu'elle produit, mais aussi gants de protection, charlottes ou encore solutions chimiques pour l'entretien de produits chirurgicaux, qu'elle commercialise – principalement pour les secteurs de la santé et de l'alimentaire –, l'entreprise a vu ses commandes pratiquement tripler au plus fort de la crise.

Aujourd'hui, une demi-douzaine de techniciens italiens s'affairent autour de la ligne numéro trois, à l'arrêt. «Ils sont en train de modifier la machine, ce qui nous permettra de diversifier la production», nous explique Jean-François Cammarata, le responsable du site. Un investissement de plusieurs centaines de milliers d'euros, décidé en avril. Car le patron de **Paredes**, **François Thuilleur**, a très vite mesuré la portée de la crise sanitaire sur l'activité à long terme. "Tout le monde a pris conscience de l'importance de l'hygiène dans la société et dans l'économie, souligne-t-il, ce qui nous ouvre des perspectives et nous renforce dans notre conviction de produire le plus possible en France." Dans cette nouvelle course aux règles sanitaires, le papier et la ouate ont aussi tous les avantages face à leur rival historique, le tissu. Jetables et recyclables, ils ne sont pas, eux, des nids à bactéries et à virus. Quand le PDG évoque les développements à venir de son activité, il ne s'agit donc pas d'un vœu pieux : dans le haut local attendant à la ligne numéro deux, qui produit en ce moment des rouleaux d'essuie-mains pour la RATP, un grand espace vide a été aménagé pour accueillir une quatrième ligne de production flambant neuve – un autre chèque de plus de 2 millions d'euros.

Des chiffres qui traduisent le coup d'accélérateur aussi soudain que brutal que l'entreprise a réussi à contrôler. Transfuge de chez Renault, arrivé aux commandes en 2017, **François Thuilleur** avait un ordre de mission très clair : redonner à **Paredes** son statut de leader du marché, perdu après une longue période de ronronnement. Un lucratif brevet mondial l'avait, en effet, longtemps mise à l'abri des aléas du marché, mais lui avait fait aussi rater tous les trains de l'investissement, de l'innovation et de la compétitivité. Fan de foot, le nouveau PDG avait sobrement baptisé son plan de relance : Remontada. Sa dead-line : 2022. Avec les événements de cette année, il pourrait

bien atteindre ses objectifs avant cette échéance.

>> Notre service - Entrepreneurs, publiez vos annonces légales en ligne sur Capital.fr. Nous vous garantissons le meilleur prix

Car s'il peut se réjouir du potentiel économique qui s'ouvre à lui, **François Thuilleur** a aussi constaté l'engagement qu'il qualifie de total de ses équipes. Il le concède bien volontiers, le télétravail était la dernière de ses préoccupations : les trois quarts de ses effectifs ont pourtant pu s'y mettre pratiquement du jour au lendemain. Les commandes ont doublé en quelques jours : les opérateurs dans les ateliers ont tous répondu présent. «Nous avons tourné en trois équipes par jour, nous avons mis en place des équipes VSD (vendredi-samedi-dimanche), et nous avons eu 100% de volontariat !» raconte Damien Monier, le DRH, qui a également trouvé le temps d'animer la rédaction d'une newsletter quotidienne – plus de cinquante éditions en tout – pour maintenir le lien entre tous les collaborateurs et les tenir informés de l'évolution de la situation. Les dirigeants disent vouloir rétribuer cet effort collectif via un accord baptisé Win-Win, lié aux résultats, mais surtout prolonger cet élan positif en instaurant l'actionnariat salarié. «Mon intention est de pouvoir ouvrir une partie du capital aux salariés qui le souhaitent, affirme **François Thuilleur**, qui pourrait aller jusqu'à 5 à 10% et, pourquoi pas, de faire entrer un représentant des salariés au conseil d'administration.»

Rien ne sera donc plus tout à fait comme avant chez **Paredes** ? Pas tout à fait : l'entreprise n'entend pas dévier de sa ligne commerciale, qui a contribué pour beaucoup à son redressement. Entièrement tournée vers la spécialisation par marchés, elle l'a menée à mettre en place des moyens de formation importants pour ses collaborateurs, et, surtout, la relation à long terme avec ses clients. Même au plus fort de l'épidémie, alors que tout le monde remuait ciel et terre pour obtenir des masques ou du gel hydroalcoolique, y compris à des prix «indécents», selon le mot du PDG, **Paredes** s'est refusé à entrer dans la spéculation ou l'opportunisme et a choisi de réserver ses livraisons aux hôpitaux et au personnel soignant qu'ils fournissent habituellement, quitte à en distribuer gratuitement plusieurs milliers. Une expression supplémentaire de solidarité sanitaire qu'a voulu concrétiser l'entreprise familiale.

>> Notre service - Vous cherchez un emploi ou voulez en changer ? Retrouvez des milliers d'offres sur notre site



Au bureau, l'hygiène revient en première ligne



Les énormes bobines de ouate blanche tournent à plein régime et la machine qui les sépare en deux feuilles avant des encoller débite un cortège de petits rouleaux emballés, tout prêts à être expédiés dans des hôpitaux ou des usines agro-alimentaires. Le rythme est soutenu, mais les lignes de production de l'atelier de **Paredes**, installées à Genas, à une vingtaine de kilomètres à l'est de Lyon, reviennent peu à peu, en cette fin du mois de juin, à leur cadence habituelle, après les folles semaines de la crise sanitaire. Cette ETI familiale, fondée par un récupérateur de chiffons au sortir de la Seconde Guerre mondiale et rachetée dans les années 1960 par une gloire nationale du football, André Lerond, fait en effet partie de ces entreprises qui ont été particulièrement mises à contribution pendant l'épidémie de Covid-19. Spécialiste des produits d'hygiène - essuie-mains, draps d'examen médical, qu'elle produit, mais aussi gants de protection, charlottes ou encore solutions chimiques pour l'entretien de produits chirurgicaux, qu'elle commercialise - principalement pour les secteurs de la santé et de l'alimentaire -, l'entreprise a vu ses commandes pratiquement tripler au plus fort de la crise.

Aujourd'hui, une demi-douzaine de techniciens italiens s'affairent autour de la ligne numéro trois, à l'arrêt. «Ils sont en train de modifier la machine, ce qui nous permettra de diversifier la production», nous explique Jean-François Cammarata, le responsable du site. Un investissement de plusieurs centaines de milliers d'euros, décidé en avril. Car le patron de **Paredes, François Thuilleur**, a très vite mesuré la portée de la crise sanitaire sur l'activité à long terme. "Tout le monde a pris conscience de l'importance de l'hygiène dans la société et dans l'économie, souligne-t-il, ce qui nous ouvre des perspectives et nous renforce dans notre conviction de produire le plus possible en France." Dans cette nouvelle course aux règles sanitaires, le papier et la ouate ont aussi tous les

(...) Cliquez ici pour voir la suite

Port du masque en entreprise : vos droits et obligations en 5 questions-réponses

Télétravail : de l'exceptionnel au régulier, quels changements ?

Qu'est-ce qu'un "manager connecté" en 2020 ?

Le jargon du bureau : l'insight

Retour au bureau : gare à la mise au placard ! La chronique de David Abiker



L'EXPERTISE PAREDES : PROMOUVOIR LES BONNES PRATIQUES POUR MAÎTRISER LES RISQUES INFECTIEUX, LES COÛTS ET LA QUALITÉ PERÇUE

« ADRESSER LES CONTRAINTES D'HYGIÈNE DE MANIÈRE TRANSVERSALE »

Alors que la crise sanitaire a souligné l'importance des bonnes pratiques de désinfection et leur inscription dans une démarche globale, un acteur se détache plus particulièrement sur le marché de la santé : le groupe français **Paredes**, spécialiste de l'hygiène professionnelle, dont nous découvrons les engagements avec Sébastien Nommer, chef de marché santé. **Par Pamela Claude**

Comment se positionne aujourd'hui **Paredes** sur le marché de la santé ?

Sébastien Nommer : Ce secteur représente un enjeu majeur pour notre groupe, qui réalise plus de 50 % de son chiffre d'affaire auprès des établissements sanitaires et médico-sociaux. **Paredes** est d'ailleurs l'un des partenaires privilégiés de la coopérative des acheteurs hospitaliers UniHA pour les produits d'hygiène des mains, tout en étant implanté dans quatre des cinq plus importants groupes français d'hospitalisation privée. Sur le volet médico-social, plus de 800 structures ont souscrit à notre offre d'accompagnement personnalisé « Accord Confiance », qui vise à renforcer la qualité globale des prestations d'hygiène et de nettoyage dans le cadre d'un budget maîtrisé. Ce sont autant de succès qui viennent couronner une stratégie articulée autour de l'excellence du service, l'innovation et l'engagement des collaborateurs.

Comment cette stratégie s'est-elle matérialisée durant la crise sanitaire ?

Très sollicitées par nos partenaires sanitaires et médico-sociaux, nos équipes se sont fortement mobilisées pour les accompagner à distance, en particulier lorsqu'il fallait décrypter les recommandations, très évolutives, portant sur la prévention des infections manoportées, la désinfection des sols, le bionettoyage des surfaces, la gestion du

linge contaminé, etc. Cette crise a d'ailleurs mis en lumière la nécessité de s'inscrire dans une démarche globale pour la maîtrise des risques infectieux : au-delà des produits utilisés, les enjeux résident plus particulièrement dans leur usage raisonné et leur intégration aux bons protocoles. Cette attention renouvelée portée aux bonnes pratiques d'hygiène et de désinfection, qui a d'ailleurs vocation à se maintenir, a, à mon sens, tout à gagner de l'accompagnement spécialisé offert par **Paredes**. En contractualisant avec un établissement, nos équipes se donnent en effet des objectifs mesurables, tant sur le plan qualitatif que budgétaire, basés sur des indicateurs de suivi et la formalisation d'un plan de progrès. C'est là que réside la valeur ajoutée du service **Paredes** : aller plus loin que la seule fourniture des produits et consommables pour adresser les contraintes d'hygiène de manière transversale.

Quels autres enjeux avez-vous identifiés durant cet épisode exceptionnel ?

La crise a également souligné l'importance du volet environnemental, sur lequel **Paredes** est aussi très présent. Par exemple, nous préconisons depuis longtemps l'usage de microfibrilles plutôt que la biochimie pour la désinfection des sols, et explorons avec attention d'autres alternatives, comme nous avons su le faire dans le passé avec la dés-



Sébastien Nommer, chef du marché santé pour le Groupe **Paredes**

infection vapeur. Sur un autre registre, l'actualité récente a été marquée par de nombreuses pénuries, remettant en lumière l'importance des circuits courts. Là aussi **Paredes** a une longueur d'avance : nos produits d'essuyage des mains sont fabriqués en France, ce qui nous permet de répondre rapidement aux demandes pour, justement, assurer la continuité des bonnes pratiques d'hygiène. ●

ASSEMBLÉE GÉNÉRALE

LES PROFESSIONNELS DE LA PROPRETÉ EN AG À NICE

Le Palais de la Méditerranée à Nice (Alpes-Maritimes) accueillera le 24 septembre l'Assemblée générale des adhérents de la FEP. Organisée par la FEP Sud-Est, cette journée réunira les entreprises de propreté et les opérateurs du Monde de la Propreté. Dédiée aux rencontres et aux échanges, elle sera l'occasion de présenter les actualités du Monde de la Propreté. L'AG sera ouverte par Fabrice Fournier, président de la FEP Sud-Est et Philippe Jouanny, président de la FEP. Après l'assemblée

statutaire (rapports du secrétaire général, des trésorier et trésorier adjoint et du commissaire aux comptes, retour des collèges catégoriels), seront évoqués les actions et les différents dispositifs mis en place par la fédération au cours de l'année écoulée : le déploiement du plan clients, un zoom sur la data, un point sur la technique en lien avec la Santé & sécurité au travail (SST), la présentation du référentiel RSE propreté, un focus sur l'égalité professionnelle et les actualités sociales.

À l'issue de cette partie informative, une conférence de Daniel Herrero, ancien joueur et entraîneur de rugby à XV, sera proposée sur le thème : « L'équipe, une belle aventure ». La journée sera clôturée par une soirée de gala au Château de Crémat. Aux côtés du magazine *Services*, les partenaires de cette 52^e AG sont : Ace Software, AG2R La Mondiale, Boma, CF Assurances, Comac, Concept Manufacturing, Eiffel Conseils, Eyrein Industrie, Hako, Hestia, HTS Bio, Hygiène & Nature, JVD, Montmirail, Papone, Paredes.



Pegase Propreté, Penbase, Progiclean, Rema Groupe, SC Johnson Professional, Unger, Werner & Mertz Professional. En savoir plus : www.monde-proprete.com

FONCTION LINGE

SANTÉ, QUELLE PLACE POUR L'USAGE UNIQUE ?

Apparu il y a quelques décennies dans le secteur de la santé, l'usage unique s'est en partie substitué au textile. Bon marché, il est prisé des urgences et blocs opératoires pour son aspect hygiénique et est de plus en plus porté par les patients, notamment en ambulatoire. Mais l'apparition de la Covid-19 pourrait changer l'équilibre.



→ La crise liée à la Covid-19 a engendré une demande mondiale de vêtements à usage unique très supérieure à l'offre, qui a eu pour conséquence une flambée des prix et des ruptures d'approvisionnements.

« **J**usqu'à peu dans la santé, synthétique Sébastien Nommer, chef de marché santé chez Parede, un équilibre s'établissait entre le textile durable, confortable - mais qui nécessite un circuit lourd de collecte, traitement, redistribution, et le jetable pratique économique mais qui engendre des déchets. La crise de la Covid-19 a tout bouleversé. » Bien que cela puisse varier énormément d'un établissement à l'autre, la tendance générale était aux tenues textiles pour les soignants et les malades hospitalisés, l'usage unique pour le personnel temporaire, les chemises d'opérés, les tenues patients ambulatoire et les surblouses. Des différences pouvaient se relever, notamment pour les services de chirurgie ou certains services sensibles, certains optant pour le tout usage unique, d'autres préférant le textile. Début 2020, les cartes ont été redistribuées : arrêt des importations de Chine, ralentissement ou arrêt des usines de confection partout dans le monde, pénurie de matières premières que ce soit pour le textile ou l'usage unique, rotation des tenues beaucoup plus importantes tant pour le personnel que pour les patients. La demande s'est brusquement révélée très supérieure à l'offre, obligeant les acteurs à revoir leur conviction et à mettre en place le système D pour parvenir à s'approvisionner dans l'une ou l'autre des catégories.

Coût comparé, loin d'être tranché

Ainsi, un pyjama en SMS, qui habituellement s'achète autour de 80 centimes, s'est retrouvé à dépasser les deux euros, 2,50 euros en mettant largement devant les prix du textile. « Dans une période moins chaotique que celle que nous venons de vivre, explique Sébastien Nommer, l'usage unique est à l'achat nettement moins cher que le textile, mais n'est, comme son nom l'indique, utilisable qu'une fois. En revanche, le vêtement textile peut être réutilisé des dizaines de fois, ce qui pourrait laisser penser qu'il revient moins cher. En revanche, il ne faut pas oublier qu'il y a, avant réutilisation, toute une structure qui a un coût : blanchisserie et process de lavage, circuit de collecte et distribution, sans compter le phénomène de coulage bien connu avec les textiles. Au final, il semble bien difficile de donner une réponse unique. C'est un scénario qui doit être arbitré selon le contexte, les organisations et les moyens des établissements y compris sur les outils de pilotage pour maîtriser les consommations. »

Confort, avantage au textile

Le confort et la résistance ont été l'axe principal d'amélioration des tenues à usage unique. Les fabricants travaillent sur des matières polypro/SMS hautement performantes, testées à la déchirure et respirables. Le toucher « soft » est très proche du tissu, sans pour autant parvenir au même résultat. En parallèle, les tenues textiles ont évolué vers des vêtements plus légers, respirants et mieux coupés. « Dans les grands centres hospitaliers, les politiques de prix très tendues ne permettent pas de proposer des innovations, explique Alexandra Avram, directrice marketing chez Lafont, en revanche on perçoit d'autres attentes dans le secteur privé, les cliniques, les centres de réadaptation, les maisons de retraites... Ces secteurs sont de plus attentifs au style et apprécient des matières techniques - comme le Tencel - qui apportent du confort, surtout pour les soignants. »

Hygiène, usage unique égalité avec le textile

Pour Sébastien Nommer, « en ce qui concerne les tenues professionnelles et les tenues des patients à usage unique, nous avons constaté un net accroissement dans les années 2000, lié à la préoccupation du risque infectieux associé aux soins ainsi qu'à la croissance de l'ambu-

LA PAROLE A

ÉLODIE HEMARD, ACHETEUR FILIÈRE HYGIÈNE ET PROTECTION DU CORPS, UNIHA

« En usage unique, ce n'est pas le moins-disant qui l'emporte. »



DF

Pour sélectionner les vêtements à usage unique, nous accordons 60 % aux critères techniques et 40 % au prix. En clair, ce n'est pas le moins-disant qui emporte le marché. Dans les critères, nous incluons d'abord ceux objectifs : grammage, type de matières, résistance à la déchirure et à la traction, capacité d'absorption pour certains articles, comme par exemple les tabliers. Pour les vêtements, nous avons favorisé des matières respirantes - comme le SMS - et hypoallergéniques. Nous faisons également un test au porté, en conditions réelles. Ce sont des soignants qui pendant trois semaines, vont porter et évaluer les équipements : sont-ils confortables ? Résistants ? Y a-t-il des points à améliorer ? Dans quel état sont-ils après une journée d'activité ? Enfin, j'insiste également sur un point l'accompagnement des fournisseurs. Une fois le marché passé, j'attends qu'ils puissent être présents auprès des établissements hospitaliers et réactifs en cas de problème. Ils doivent être en mesure d'identifier par exemple les lots défectueux, de remonter jusqu'à la fabrication et de résoudre le problème.



latoire. Certains indicateurs affirmaient que le linge était impliqué dans près de 15 % des infections associées aux soins. Il y a donc eu une véritable orientation vers l'usage unique et les circuits courts (moins de manipulations du linge). Mais, en vingt ans, les blanchisseries aussi bien privées qu'hospitalières se sont professionnalisées. L'évolution des processus et de la norme (RABC) garantit une meilleure maîtrise du risque infectieux. » Toutefois, en raison du temps de récupération de linge propre, cela nécessite que la blanchisserie puisse soutenir un rythme accru en cas de crise.

Développement durable, une évaluation difficile

Les déchets tout comme la pollution sont souvent un reproche fait à l'usage unique. « Malgré l'évolution des process, l'industrie textile serait la deuxième industrie la plus polluante après l'industrie pétrolière (matières premières, fabrication, distribution, usages et fin de vie), mais cette affirmation cache des situations très hétérogènes, remarque Sébastien Nommer. Il en va de même pour la production d'usage unique. Ce dernier certes génère des déchets volumineux, souvent non recyclables - en revanche, quid des rejets dans les effluents dus aux textiles lors des process de lavage ? Là aussi, il faudrait des études pour mieux éclairer les choix des donneurs d'ordres qui souhaitent intégrer le facteur développement durable dans leurs achats. » Élodie Hemard, d'UniHA, souligne que « c'est une question tout à fait d'actualité. Pour l'instant, comme le précise le code des marchés, en ce qui concerne le développement durable, nous questionnons l'objet du marché. Les titulaires pour l'usage unique sont bien souvent des importateurs. Nous envisageons d'aller plus loin en s'intéressant aux fournisseurs de nos fournisseurs, afin de pouvoir remonter à l'usine et aux conditions de fabrication et que nos adhérents puissent acheter des équipements à usage unique en toute connaissance de cause. » ■

DES TEXTILES ANTIVIRAUX CERTIFIÉS ISO CHEZ CARRINGTON



Le fabricant textile britannique Carrington a obtenu la certification ISO 18184:2019 pour la production de tissus antiviraux capables de désactiver plus de 99 % des virus enveloppés. La finition antivirale assure une performance exceptionnelle et une excellente résistance aux lavages répétés. Pour tester l'efficacité de son traitement Sanitized,

solution utilisant les propriétés naturellement antivirales et antibactériennes de l'argent, le fabricant textile a choisi le tissu Alba 2 mélange poly/coton le plus fréquemment utilisé pour les tenues médicales. Après plusieurs semaines de tests, les résultats ont montré que les propriétés antivirales du tissu avaient un taux d'efficacité de 99 %, désactivant les virus en deux heures. Même après 50 lavages à 60 degrés, 98 % des virus étaient désactivés. Cette solution révolutionnaire est compatible avec tous les tissus tissés : elle prend la forme d'un enduit appliqué puis « cuit » sur le tissu à l'aide de machines spécialisées, à la fin du processus de fabrication. La finition agit comme une barrière qui retient les virus avant qu'ils n'aient la possibilité de traverser le tissu, puis les désactive. L'enduit tue aussi les bactéries de la même manière, et agit, en prime, comme un « désodorisant intégré » puisque cette technologie avancée protège des bactéries responsables des mauvaises odeurs.



DR



2 QUESTIONS A...

SÉBASTIEN NOMMER,

CHEF DE MARCHÉ SANTÉ - [PAREDES](#)

Comment avez-vous traversé la crise de la Covid-19 ?

Plus de 90 % de la production mondiale des produits à usage unique proviennent d'Asie. Face à la pénurie, les prix de l'usage unique se sont envolés.

La fabrication des masques a été priorisée par les industriels au début de la crise, entraînant de fortes perturbations sur l'approvisionnement des produits de protection à usage unique. Cette tension au niveau mondial a conduit à une forte augmentation et variation des prix, sans avoir une visibilité des perspectives d'évolution. À la veille de la crise, [Paredes](#) venait de mettre en place une nouvelle organisation logistique qui nous a permis de disposer d'un stock important de produits à usage unique et d'accompagner nos clients santé. Nous avons accéléré certains modes de transport en privilégiant des délais courts. Enfin, nos équipes achat et marketing se sont également mobilisées pour sourcer de nouvelles opportunités.

Quel bilan en tirez-vous ?

La stratégie du groupe s'est avérée gagnante avec, entre autres, la mise en place d'une plateforme logistique centralisée. Néanmoins, la crise sanitaire nous amène tous à repenser nos modèles économiques, industriels, logistiques et d'approvisionnement, tant au niveau des acheteurs, que des distributeurs et ou des importateurs. Va-t-on retrouver un modèle similaire à celui d'avant la crise, qui entraînait une forte dépendance des pays asiatiques ? Ou au contraire, va-t-on essayer de rapprocher la zone de production en Europe ou en Méditerranée pour maîtriser le circuit tout en sachant que les prix seront à la hausse ? Les acheteurs décideurs seront-ils prêts à payer la différence, dans un secteur où l'optimisation des coûts est un enjeu majeur, où chaque centime compte ? Le textile va-t-il résister et reprendre une part qu'il avait partiellement perdue ? Aujourd'hui, toutes les options étudiées et partagées avec nos clients nous permettent de nous adapter au mieux à leurs demandes actuelles et futures.

DISTRIBUTION DE PRODUITS D'HYGIÈNE UniHA renforce son partenariat avec Paredes



DR

Un nouveau marché annuel de 2,3 M€, portant sur la fourniture de vaisselle à usage unique et de papier hygiénique est effectif depuis le 1^{er} mars.

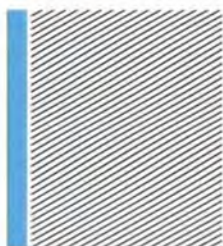
Le groupe **Paredes** a été sélectionné par UniHA, la coopérative des acheteurs hospitaliers, comme partenaire exclusif pour la fourniture de vaisselle à usage unique et de papier hygiénique. Le gain de ces deux nouveaux marchés est consécutif au contrat remporté en septembre dernier par le groupe

lyonnais pour la fourniture de produits d'hygiène des mains auprès de plusieurs centaines d'établissements hospitaliers et d'Ephad publics adhérant à UniHA. Le marché pour la fourniture de vaisselle à usage unique est établi pour une durée de quatre ans et représente un chiffre d'affaires annuel généré de 600 k€. Celui relatif à la mise à disposition de papier hygiénique est signé pour une durée de deux ans, pour un chiffre d'affaires annuel généré de 1,7 million d'euros. Notifiés en décembre 2019, tous deux sont effectifs depuis le 1^{er} mars 2020. « La signature de ce nouvel appel d'offres souligne les relations de confiance établies avec UniHA. Elle reflète l'engagement et l'expertise des équipes de **Paredes** santé qui ont su appréhender les nouveaux besoins des adhérents d'UniHA et apporter des réponses pertinentes à leurs problématiques de marché », se félicite Frank Le Flem, directeur commercial canté & collectivités de **Paredes**. ■

**Parole de distributeur****François Thuilleur, directeur général Paredes****« Sécuriser les achats et les stocks. »**

« Cette crise sanitaire nous a fait aller de surprises en surprises. En mars et avril, nous avons enregistré un doublement de nos commandes, en mai, avec le déconfinement, elles ont encore progressé de 50 % par rapport à une situation normale. Mi-main la demande a clairement marqué le pas,

nous pensions que nos clients s'étaient ré-approvisionné suffisamment. Nous nous apprêtions à vivre une accalmie avec des niveaux habituels pour les mois à venir, mais dès la mi-juin, les commandes sont reparties fortement à la hausse. Visiblement, les professionnels, quel que soit leur secteur, anticipent la rentrée et manifestent des inquiétudes quant à la reprise de la pandémie et l'arrivée d'une deuxième vague. Depuis le début de la crise, nous avons pu mesurer à quel point notre stratégie de sécurisation des stocks et des achats était essentielle. En mars, nous avions un stock de 35 M€, début juillet il est de 45 M€. Cette politique se traduit par exemple par une sécurisation de notre stock de gants à notre marque PROP jusqu'à mi-2022. Nous travaillons notamment avec un fournisseur de gants basé au Portugal ce qui nous permet de réduire les délais de livraison, mais aussi les aléas politiques que l'on a pu connaître avec certains pays durant la crise. Il est important que nous participions à la relocalisation de la production en France chaque fois que cela est possible mais plus généralement en Europe. En ce qui concerne les masques par exemple nous travaillons à hauteur de 25 % avec un fabricant français, et avons développé un vrai partenariat sur la durée avec d'autres fabricants à l'étranger, en Chine notamment. Nous avons aujourd'hui sécurisé près de 40 millions de masques, de quoi répondre à la demande pour les six mois à venir. ■



EPI

Se protéger des projections chimiques occasionnelles

En SMS, micropores ou Tyvek, face à des projections occasionnelles de liquides ou contre les particules, les combinaisons de catégorie 3 type 5/6 sont des EPI indispensables. Difficiles à trouver pendant la crise de la Covid-19, elles reviennent peu à peu dans les entrepôts des distributeurs.



Tyvek 500 HP, une protection chimique lors des travaux en hauteur

Cette combinaison est conçue pour être portée avec des équipements anti-chute. Elle protège l'utilisateur de façon optimale grâce à son design hermétique qui comprend des rabats au menton et des fermetures éclair, des manchettes élastiques avec passe-pouce et des fermetures à pressions pour le système traversant. Elle dispose d'un manchon au dos pour protéger la longe et de fermeture auto-agrippante pour la connexion au mousqueton. Légère et respirable, cette combinaison en Tyvek est parfaitement adaptée aux applications de peinture, nettoyage et maintenance en hauteur. Catégorie 3 type 5-B, type 6-B, EN 1149-5, EN 1073-2* classe 2, EN 14126.

Se protéger contre les risques chimiques et lors de la manipulation des matières dangereuses au cours de la maintenance industrielle, comme le nettoyage de cuve ou de réservoir, nécessite le port d'une combinaison. Ces combinaisons de catégorie 3, se divisent en six types. Le type 1 offre une étanchéité maximale au gaz et le type 6 une protection limitée dans le temps contre les éclaboussures. Le plus souvent associé au type 6, le type 5 protège contre les produits chimiques solides, particules en suspension dans l'air. Largement utilisées, les combinaisons de type 5/6 se retrouvent dans de

très nombreux métiers, qui vont de la maintenance à la pétrochimie en passant par la propreté, l'agroalimentaire et tous les métiers de l'industrie. Si les directives et normes permettent de classer et de comprendre les différents niveaux de risques directement liés aux produits chimiques, elles ne fournissent pas de recommandations dans le choix des combinaisons. Or, l'utilisateur peut être exposé à des risques dans un environnement qui nécessite des protections complémentaires : antistatique, retardateur de flammes, haute visibilité ou compatible avec des EPI de travail en hauteur...

Dupont, spécialiste des protections à usage court, a édité un guide qui permet aux préventeurs de sélectionner en neuf étapes

Mutex E Light sans silicone ni latex

Cette combinaison d'Interveall Safety sans silicone ni latex est une combinaison de catégorie 3 certifiée type 5 & 6, antistatique et particules radioactives (hors irradiation). Fabriquée en polypropylène trois couches 50g/m² respirant, elle se ferme grâce à

une fermeture éclair à double curseur protégée par un rabat. Son design spécial à l'entrejambe assure une plus grande liberté de mouvements. La capuche en trois parties évite la gêne lors des mouvements de la tête. Elle convient pour les travaux de maintenance, le nettoyage industriel, le traitement des déchets, et dans un grand nombre de secteurs industriels.

Normes : type B :

EN ISO 13982-1 : étanche aux particules solides et type B ; EN ISO 13034.

EN ISO 1073-2 : protection contre les particules radioactives. EN ISO 1149-2 : protection antistatique.



« Le choix de la combinaison doit être guidé par l'analyse de poste. »



Jean-Yves Bastin

Chef de marché industrie et entreprises de propreté, Paredes

Les combinaisons de protection à usage court représentent une part importante de nos ventes d'EPI. Nos clients, entre autres, œuvrent dans l'industrie agroalimentaire, le nucléaire ou l'industrie pharmaceutique. Nous proposons un large choix de modèles et de marques répondant aux normes et certifications européennes (Indutex, Kolmi-Hopen, Chemsplash), afin d'apporter une réponse spécifique à chacun de ces secteurs. Il peut tout autant s'agir de faire barrière pour protéger la production d'une éventuelle contamination humaine que de protéger les porteurs de risques chimiques, biologiques ou nucléaires. Notre rôle est d'accompagner le client dans l'analyse globale du poste afin de lui proposer une combinaison adaptée. Et lorsque l'on parle de combinaison de type 5/6, il faut être vigilant sur les risques associés aux particules ou projections contre lesquelles on souhaite se prémunir : Y a-t-il, par exemple, un risque de déchirement ou d'abrasion par endroit lors de certaines postures qui mettrait à mal la protection ? Faut-il s'orienter vers des combinaisons ESD ou antistatiques parce que l'opérateur évolue dans un environnement Atex, potentiellement explosif ? Quels autres EPI (masques, lunettes, gants, etc.) vont être portés en même temps ? Cette analyse conditionne le type de combinaison, le choix de la matière, mais aussi des finitions. Dans certains cas, nous allons plus loin en faisant développer par nos partenaires, des combinaisons tout à fait spécifiques si le poste le nécessite (système de retrait d'urgence, adaptation à un système ventilation assistée, renforcement aux zones d'abrasion comme les genoux...).



2 QUESTIONS À Steve Marnach Pharma Specialist, DuPont Safety



Quelle est la particularité de vos combinaisons en Tyvek ?

Nous sommes le seul fabricant de protections chimiques à maîtriser la totalité de la chaîne de production, du granulé de polymères jusqu'à la combinaison finie. Nous fabriquons le Tyvek, un des produits phares de DuPont, ici, au Luxembourg, puis nous envoyons les bobines dans nos différentes usines de confection. C'est un matériau tout à fait adapté à un grand nombre de situations exigeant des combinaisons de catégorie 3 type 5/6. Par exemple, grâce à ses propriétés de filtrations, il peut faire barrière à des particules

très fines, à partir d'un micron. Nos design se distinguent par une foule de détails qui accroissent la sécurité et le confort : coupe, élastiques intérieurs collés, système de fermeture étanche... L'autre avantage par rapport à d'autres matériaux, est sa résistance à l'abrasion et à la déchirure. Nous proposons sur notre site un guide en 9 étapes et des tables de perméation, permettant aux utilisateurs de choisir la meilleure combinaison en fonction de la nature des risques, des produits auxquels ils sont exposés et de leurs concentrations.

Les combinaisons ont particulièrement été recherchées pendant la crise de la Covid-19. Comment avez-vous fait face ?

Effectivement, certaines de nos combinaisons

en Tyvek, comme la 500 Xpert, sont certifiées EN 14126, et donc tout à fait appropriées pour un usage en santé. Nous avons doublé nos productions de combinaisons en Tyvek, les portant à plus de neuf millions par mois en Europe. Nous avons également signé un accord avec la Commission européenne et les pays de l'UE, leur permettant de commander et de recevoir des millions de combinaisons Tyvek pour les travailleurs en première ligne face à la Covid-19 dans toute l'Europe. Le contrat porte sur la livraison de plus de 4,9 millions de combinaisons au cours des douze prochains mois au profit des personnes les plus exposées et pourra monter à huit millions en cas d'aggravation de la crise.

Eka de Chemsplash

Distribuée par **Proteas**, cette combinaison 5kg/m² sans silicone ni latex est idéale en cabine de peintre ou pour les travaux de maintenance. En matière respirante, elle peut être utilisée sur la durée. Elle comprend une capuche élastiquée trois pièces, des coutures cousues et des élastiques à la taille, aux chevilles et aux poignets. Matière : couche support PLP+ film microporeux.



la combinaison adaptée au poste, en prenant en compte un maximum de paramètres. Première étape de la sélection, l'analyse de poste. Il s'agit de répertorier les exigences du poste (intérieur, extérieur, mobile, statique) ainsi que les dangers environnants ou susceptibles de se produire : risque de déchirure du vêtement, risque de happement, engins roulants à proximité, nécessité d'être vu par faible luminosité, zone ATEX, travail en hauteur... Cela concerne également l'exposition aux produits chimiques : nature, concentration, durée d'exposition. En fonction de cette exposition, le préventeur s'orientera vers la bonne catégorie d'EPI. La très grande majorité des fabricants proposent des tables détaillées afin de sélectionner le matériau et la combinaison appropriés. Ces tables donnent également des données de perméation qui permettent de déterminer la durée maximale de port de l'EPI. Il est bien entendu important de s'assurer que les combinaisons

ont été testées selon la norme EN ISO 6529 (évaluation de la perméabilité), sont certifiées et disposent du marquage CE.

Ne pas faire l'impasse sur le design et le confort

Cela pourrait paraître anecdotique mais la coupe est un élément qui contribue à la sécurité et au confort : des cagoules qui suivent les mouvements de la tête, des emmanchures qui permettent des mouvements amples sans risque de déchirure, des élastiques bien positionnés, des entrejambes qui ne craquent pas. À ce titre, les coutures sont un point de vigilance : elles doivent être solides et étanches pour éviter de constituer un point de pénétration. Afin de vérifier l'adéquation entre l'EPI, le porteur et le poste, il est fortement recommandé de faire des tests au porter avant de s'engager sur de grandes quantités. « Choisir la bonne taille et une coupe adaptée contribue à la sensation de confort, indique

SUR LE TERRAIN

Sumitec choisit Tyvek 500 Xpert pour ses mines

Depuis plus de dix ans, Sumitec International utilise les combinaisons Tyvek pour protéger les techniciens assurant la maintenance du matériel d'exploitation minière. Excavatrices, bulldozers, chariots élévateurs électriques et autres véhicules sophistiqués interviennent dans des carrières à ciel ouvert et sont exposés aux conditions extérieures ; ils exigent donc une maintenance et des réparations régulières. La plupart étant des équipements de grande taille, les opérations de maintenance se font directement sur le site du client, souvent sans même être déplacés de leur zone d'intervention et presque toujours en extérieur. Les techniciens de maintenance sont ainsi exposés à toutes sortes de polluants, provenant aussi bien des véhicules que de l'environnement immédiat. Huiles et lubrifiants, poussières de charbon et de suie, saletés et absence de routes carrossables, chaleur torride et pluies diluviennes... les conditions de travail sont plutôt extrêmes. Fidèle à ses traditions vieilles de plusieurs siècles, cette grande entreprise japonaise se montre tout particulièrement attentive à la sécurité de ses employés : « Nous avons testé les combinaisons de différents fournisseurs mais notre choix s'est porté sur le modèle Tyvek 500 Xpert », précise Maria Zakharova, spécialiste de la sécurité au travail pour Sumitec International.



Lionel Chaurand, chef produit chez Paredes. Nous sommes très attentifs aux tailles. Les indications ne correspondent pas toujours aux tailles européennes et peuvent générer un inconfort si elles sont trop grandes ou trop petites. De même, les coupes ne doivent pas entraver les mouvements. Nous avons plusieurs combinaisons avec des manches raglan pour faciliter les mouvements des bras, mais nous sommes aussi vigilants sur le positionnement des élastiques au niveau de la cagoule, de la taille ou des poignets. »

Habillage et déshabillage : des procédures à respecter

Pour une bonne protection, la procédure d'habillage doit être méthodique et systématique. « Tout d'abord, il faut choisir la bonne taille et vérifier l'état de la combinaison, indique-t-on chez 3M. On se déchausse pour éviter d'abîmer la protection et on enfle la combinaison hors de la zone à risques. Puis on passe les jambes par-dessus les chaussures ou les bottes, et on met ses EPI (masques, lu-

nettes, gants). Enfin, on place la cagoule, on ferme la combinaison et on étanchéifie avec du ruban adhésif. Une procédure systématique indispensable pour être bien protégé. »

Combinaisons à usage unique : pas toujours le meilleur choix

Sous les combinaisons, il peut faire chaud, très chaud. L'étanchéité et la respirabilité étant deux propriétés difficilement compatibles. Quelle solution ? En fonction du risque – éclaboussures de face, il peut être utilisé des combinaisons avec des aérations dans le dos ce qui contribue fortement au confort du porteur et limite l'effet sauna, mais ce n'est pas toujours possible. « Combiner une excellente protection barrière et un confort thermique est souvent contradictoire, surtout avec de hautes températures. Si l'opérateur est appelé à travailler sur la durée dans une atmosphère chaude, il nous arrive alors d'orienter le client vers des combinaisons de type scaphandre avec une ventilation assistée », remarque Lionel Chaurand. »

Weepro

Cette combinaison jetable étanche de catégorie type 5/6 résiste aux projections liquides légères à concentrations limitées. Le matériau, un film microporeux Weepro, permet d'évacuer la chaleur accumulée par le porteur. Les coutures surjetées quatre fils contribuent à une résistance

mécanique soutenue. Son design assure une grande liberté de mouvements dans tous les types de travaux. Élastiquée aux poignets, aux chevilles, à la taille et à la capuche, elle est idéale pour l'industrie agroalimentaire, chimique et pharmaceutique, la manipulation de colles et solvants, le nettoyage et la maintenance industrielle. Normes : type 5 : EN ISO 13982 ; étanche aux particules solides et type 6 : EN ISO 13034 ; étanche aux projections liquides. EN ISO 1073-2 ; protection contre les particules radioactives. EN ISO 14128 ; protection contre les risques biologiques. EN ISO 1449-5 ; protection antimstatique.





URL :<http://www.twitter.com>

PAYS :France

TYPE :Médias sociaux

Tweets :4999

Following :269

Followers :5250



► 3 septembre 2020

> Version en ligne



IT for BUSINESS 

@ITforB



Nomination : Emmanuel Oberthur, DSI de Paredes Il a débuté en tant que responsable adjoint de la trésorerie chez DuPont De Nemours, puis chez Sonepar, et devient le directeur de projet ERP de cette société. Il effectue ensuite l'essentiel de sa carrière comme consultant. <https://t.co/Jkkqa2ZAoi>



3 septembre 2020



Nice accueille l'AG de la FEP | Profession

WILSON, Séverine | 23 septembre 2020 |



L'AG de la FEP, en 2019, avait eu lieu à Chamonix. Photo : Services.

Entreprises de propreté et opérateurs du Monde de la Propreté se réuniront à Nice le 24 septembre pour l'Assemblée générale de la FEP. L'occasion d'aborder ses actions et les dispositifs mis en place.

L'Assemblée générale des adhérents de la FEP se tiendra le 24 septembre au Palais de la Méditerranée à Nice (Alpes-Maritimes). Organisée par la FEP Sud-Est, cette journée réunira les entreprises de propreté et les opérateurs du Monde de la Propreté. Dédiée aux rencontres et aux échanges, elle sera l'occasion de présenter les actualités du Monde de la Propreté. L'AG sera ouverte par Fabrice Fournier, président de la FEP Sud-Est, et Philippe Jouanny, président de la FEP. Après l'assemblée statutaire (rapports du secrétaire général, des trésorier et trésorier adjoint et du commissaire aux comptes, retour des collèges catégoriels), seront évoqués les actions et les différents dispositifs mis en place par la fédération au cours de l'année écoulée : le déploiement du plan clients, un zoom sur la data, un point sur la technique en lien avec la Santé & sécurité au travail (SST), la présentation du référentiel RSE propreté, un focus sur l'égalité professionnelle et les actualités sociales. À l'issue de cette partie informative, une conférence de Daniel Herrero, ancien joueur et entraîneur de rugby à XV, sera proposée sur le thème : « L'équipe, une belle aventure ». La journée sera clôturée par une soirée de gala au Château de Crémat.

Aux côtés du magazine *Services*, les partenaires de cette 52e AG sont : Ace Software, AG2R La Mondiale, Boma, CF Assurances, Comac, Concept Manufacturing, Eiffel Conseils, Eyrein Industrie, Hako, Hestia, HTS Bio, Hygiène & Nature, JVD, Montmirail, Papone, **Paredes**, Pegase Propreté, Penbase, Progiclean, Rema Groupe, SC Johnson Professional, Unger, Werner & Mertz Professional.

En savoir plus : www.monde-proprete.com

TECHNIQUE PRODUITS NOUVEAUX



HABILLER LA CABINE SANITAIRE

La collection Paredis Elite de **Paredes** répond aux besoins d'exigence et de standing de certains marchés. Elle arbore une couleur inédite champagne alliant l'élégance à la technicité. Elle se compose des 4 produits phares de la cabine sanitaire : distributeurs d'essuie-mains rouleaux, d'essuie-mains pliés, de papier hygiénique et de savon. Le distributeur d'essuie-mains rouleaux est doté d'un système de lame composite efficace et éprouvé et d'une fenêtre de visualisation pour contrôler rapidement l'évolution des consommables. La mise en place des consommables est facilitée par l'utilisation d'une seule et même clé pour toute la collection. Grâce au capot lisse et sans aspérité, les salissures ne s'accrochent pas, facilitant le nettoyage des appareils. Les mécanismes internes, totalement amovibles, peuvent être lavés individuellement et permettent une flexibilité dans le choix des consommables.



DISTRIBUER ESSUIE-MAINS ET SAVON

Kimberly-Clark Professional complète sa gamme avec des nouveaux appareils adaptés à chaque famille de consommables. Sans piège à poussière, les distributeurs d'essuie-mains Aquarius et Aquarius Slimroll sont construits en plastique ABS (blanc ou noir) et se nettoient en un seul geste. Cette solution de distribution de rouleau feuille à feuille bénéficie d'une conception compacte pour une installation facile. En plastique blanc, le distributeur de papier toilette Scott Control à dévidage central est un appareil entièrement clos permettant un nettoyage simple. Adapté aux petits espaces, il permet une distribution feuille à feuille qui réduit le risque des infections nosocomiales et de contamination croisée. Le distributeur de mousse lavante pour les mains Aquarius (crèmes, mousses, gels hydroalcooliques) apporte une utilisation contrôlée et se recharge facilement.

FAIRE LES VITRES SANS TRACES



Power Liquid, proposé par Unger, est un savon liquide noir destiné au nettoyage professionnel des vitres à haut rendement (concentré 1 : 100). Il bénéficie d'un fort pouvoir nettoyant pour des résultats sans traces. Sa mousse dure plus longtemps sur les surfaces et peut ainsi développer tout son pouvoir nettoyant. Ce produit fait partie d'un kit de nettoyage des vitres Black Series, composé d'un mouilleur doté d'un revêtement microfibre avec pad à récurer, d'une raclette ergonomique et d'un seau de 18 litres.

NETTOYER ET DÉSINFECTER EN UN GESTE



ITW Spraytec propose des lingettes nettoyantes et désinfectantes multi-usages certifiées bactéricide, virucide et fongicide (NF EN 1040, Afnor EN 14476 et NF EN 1275). Les

lingettes Bactonet de la marque Jelt sont destinées au nettoyage et à la désinfection des surfaces lisses et non poreuses (écrans, claviers, accoudoirs, poignées de portes, boutons, sanitaires, matériels de bureau...). Elles présentent l'avantage de pouvoir être utilisées sans risque sur tous les objets exposés aux souillures. Elles sont constituées d'un support cellulosique imprégné d'une solution éliminant la plupart des salissures polaires et organiques, ainsi que les virus et les germes. Conditionnée en boîte distributrice de 100, les lingettes Bactonet se distribuent feuille à feuille.

SE DÉSINFECTER LES MAINS SANS RISQUE

Spécialisé dans les solutions de désinfection fabriquées à base d'eau, de sel et d'électrolyse, Aquama lance une machine dédiée à la désinfection des mains. Des totems distributeurs d'une solution alternative au gel hydroalcoolique sont prêts à être installés en entreprise ou dans les lieux de passage. Les gels hydroalcooliques ne sont pas sans danger pour la santé : risques d'irritations de la peau, des yeux, présence de perturbateurs endocriniens, substance inflammable... 100 % biodégradable, cette solution désinfectante pour les mains s'adresse aux professionnels qui souhaitent proposer à leur personnel, clients ou visiteurs un produit qui soit à la fois efficace et sans danger pour la santé. Elle répond aux normes EN 14476+A2, EN 1500 pour la désinfection des mains par friction.



MÉCANISER LA DÉSINFECTION DES SOLS

Comac propose sur ses autolaveuses autoportées une option qui permet de laver-sécher et désinfecter en un seul passage dans les grandes surfaces, centres commerciaux, gares, aéroports ou hôpitaux. Le kit CED (Comac electrostatic disinfectant) se compose de deux groupes de buses positionnées au-dessus du réservoir pour désinfecter les surfaces verticales et d'un groupe à la base de la machine destiné au sol. La solution désinfectante

du kit supérieur est à induction électrostatique : les micro-gouttelettes sont attirées par la surface sur laquelle elles sont dirigées et, lorsqu'elles s'y posent, elles créent un revêtement désinfectant.





Paredes crée une direction dédiée aux services | Entreprises et marchés

Entreprises et marchés

WILSON, Séverine | 5 octobre 2020 |



Louis de Lambert et Cédric Gatto. Photo : **Paredes**.

Louis de Lambert pilote depuis le 1er octobre la nouvelle direction « Services et stratégie » de Paredes, spécialiste de l'hygiène et des protections professionnelles.

Dans le cadre de son plan stratégique défi 2022, **Paredes** a annoncé la création d'une direction « Services et stratégie ». Celle-ci a pour vocation d'accompagner au plus près l'ensemble des parties prenantes du groupe sur un marché de l'hygiène en plein essor. Louis de Lambert, auparavant directeur régional pour la région Paris Nord-Ouest, pilote depuis le 1er octobre la stratégie de déploiement des activités « Services et stratégie ». Cédric Gatto reprend, lui, la direction de la région PNO, marché le plus important de France au potentiel de développement exponentiel.

Vente de services additionnels

Centrée sur le service et l'accompagnement, cette direction aura pour principal objectif de satisfaire le client dans sa maîtrise du risque sanitaire. Elle répond aux nouveaux enjeux et sera accompagnée par la poursuite de la transformation digitale du groupe. Cette nouvelle entité doit permettre d'accélérer la vente de services additionnels (conseil, abonnements, formation, audit...). Elle est en charge d'éclairer **Paredes** sur ses possibilités de croissance externe sur ses territoires prioritaires, l'Ile-de-France, la région bordelaise ainsi que certains pays limitrophes à la France. L'équipe de 4 personnes s'appuiera sur l'expertise terrain, technique et commerciale des différents métiers du groupe.

Nouveau président du conseil d'administration

Par ailleurs, le conseil d'administration du groupe **Paredes** a annoncé, le 5 octobre, la nomination de **François Thuilleur** en qualité de président du conseil d'administration, fonction qu'il cumulera avec celle de directeur général. Il succède ainsi à Simon **Paredes**. Il est chargé de conduire la politique du groupe pour les dix prochaines années.

Ils ont dit

François Thuilleur, directeur général de **Paredes** :

« Cette nouvelle direction sera un des piliers forts de notre groupe et devra œuvrer aussi bien pour l'interne que pour l'externe. (...) Elle complète notre volonté d'accélérer notre transformation

vers la vente de services et proposera un accompagnement bien au-delà du produit. »

Louis de Lambert, directeur « Services et stratégie » :

« Notre rôle est de capter les idées innovantes qui émergent des réalités opérationnelles, de les mettre en musique puis d'accompagner leur déploiement avec les équipes terrain. »

PARTAGER

Informations

Newsletter

2 fois par mois, recevez toute l'info de votre secteur : actualités, nouveaux services et produits, événements...

Archives

• **Comment faire le pari de s'associer ?**

Se regrouper avec quatre autres entreprises de propreté du Centre a permis à Multis de mutualiser les bonnes pratiques et de se positionner sur des marchés régionaux.

6 novembre 2019

• **Espace Propreté développe une application de suivi d'activité**

Avec deux autres entreprises montpelliéraines, Espace Propreté a co-créé une application pour suivre le temps et l'activité des agents de service, et de tout autre travailleur mobile.

16 octobre 2019

• **Étude Dares : à prendre avec précaution**

La FEP réagit à la publication d'une étude de la Dares (ministère du Travail) sur les métiers du nettoyage qui couvre un champ très large, prête à confusion et donne une vision négative de la propreté.

3 octobre 2019

Dossiers de la rédaction

• **STRATÉGIE**

1 octobre 2019

Pour créer un nouveau modèle économique, le secteur de la propreté doit se réinventer. C'est autour de la satisfaction de l'utilisateur final (usager des transports, occupant des bureaux, client du centre commercial...) que les entreprises du secteur ...

• **CHIMIE**

4 septembre 2017

- Table ronde : Quand la chimie se fait plus douce - Innovations : L'enjeu du bon dosage - Solutions alternatives : Produire les détergents sur place

• **PUBLI-COMMUNIQUE**

23 janvier 2017

Innovations, rencontres et solutions seront les maîtres mots de cette quinzième édition d'Europroprié Multiservices Expo 2017. Toute la profession se retrouve les 28, 29 et 30 mars à Paris Porte de Versailles dans le Pavillon 3. Une offre encore plus importante et ...

1 octobre 2016

Industrie : quelles sont les cartes à jouer ? Agroalimentaire : L'externalisation gagne du terrain

- 1 mai 2016

- Innovation : L'arrivée de la propreté connectée - Machines : La percée des robots - Chimie : Le dosage se perfectionne

-

25 mars 2015

Les nouveautés à voir sur Europropre Multiservices Expo 2015

Du 31 mars au 2 avril, Europropre Multiservices Expo se déroulera au sein du hall 1 du parc des expositions de la Porte de Versailles à Paris. Pour cette édition, les organisateurs attendent 150 exposants et 10 000 visiteurs. Voici une sélection des ...

-

23 avril 2014À découvrir sur InterClean Amsterdam

Pour cette 25e édition, le salon ISSA InterClean fait, une nouvelle fois, la part belle aux innovations en matière de nettoyage industriel. Du 6 au 9 mai 2014, les professionnels de la propreté pourront y découvrir les dernières nouveautés du secteur. ...

-

-

10 avril 2012Sous le signe de l'écologie et des nouvelles technologies

Quatre jours, 650 exposants venus de 41 pays... le salon ISSA/InterClean à Amsterdam confirme sa position de grand rendez-vous international de la propreté. Du 8 au 11 mai 2012, les professionnels pourront dénicher les dernières nouveautés du secteur. Un ...

-

-



François Thuilleur devient président du Conseil d'administration de Paredes

© Paredes

Le groupe basé à Genas (650 collaborateurs CA 2020 de 210 M€, 25 000 clients) et spécialisé sur le marché de l'hygiène professionnelle, vient de nommer **François Thuilleur** comme président du Conseil d'administration de **Paredes**.

Il succède à Simon **Paredes**, petit-fils du fondateur du groupe, après avoir d'abord administrateur du groupe depuis septembre 2020 puis un actionnaire « significatif » selon la direction de **Paredes**. « Je fais le constat aujourd'hui que le plan Défi 2022 que j'ai initié est en très bonne voie de réussite et a permis de redresser l'entreprise. Je tiens à remercier **François Thuilleur** et son équipe pour le travail qui a été réalisé. Il est temps maintenant d'entamer une nouvelle page de l'histoire du Groupe en confiant à **François Thuilleur** la conduite globale de l'entreprise sur les 10 prochaines années, au bénéfice à la fois de ses actionnaires et de ses salariés » témoigne Simon **Paredes**.

« Je prends la Présidence du Groupe avec l'ambition d'en faire le numéro 1 de l'hygiène professionnelle en France, dans le courant de la décennie. Je veux aussi que **Paredes** soit reconnu comme LA référence absolue du marché en termes de satisfaction clients et satisfaction collaborateurs, tout comme j'attache une grande importance au fait que 100% de nos collaborateurs deviennent actionnaires de l'entreprise » explique de son côté **François Thuilleur**.

Julien THIBERT

Journaliste

Ses derniers articles



François Thuilleur nommé président du Conseil d'administration de Paredes

François Thuilleur, actuel directeur général du groupe spécialisée dans les produits d'hygiène, **Paredes** (CA 2020 210 M€; 650 salariés), a été nommé

président du Conseil d'administration du groupe basé à Genas (Rhône). il cumulera ses nouvelles fonctions avec celles de directeur général. En juillet dernier, **François Thuilleur** est devenu "un actionnaire significatif" du groupe, selon le communiqué de presse de l'entreprise. « Je fais le constat aujourd'hui que le plan Défi 2022 que j'ai initié est en très bonne voie de réussite et a permis de redresser l'entreprise. », explique notamment Simon **Paredes**, qui détenait jusqu'à présent les rênes du Conseil d'administration.



PAREDES crée une direction dédiée aux services

Nouvelle étape de son plan stratégique #DEFI2022, **PAREDES** vient d'annoncer la création d'une direction « Services et Stratégie ». L'objectif: accompagner les acteurs de l'ETI dans le marché de l'hygiène en y incluant les volets de l'innovation, des nouveaux services et de la digitalisation. Leader du marché de l'hygiène et de la protection professionnelle, **PAREDES** amorce une étape nouvelle de son plan stratégique #DEFI2022 en créant une direction « Services et Stratégie » au sein du groupe. « Celle-ci aura pour vocation d'accompagner au plus près l'ensemble des parties prenantes de l'ETI sur un marché de l'hygiène en plein essor face à la crise », explique le groupe qui associe à travers cette entité : innovation, nouveaux services et digitalisation. Entièrement centrée sur le service et l'accompagnement, cette direction aura pour principal objectif de satisfaire le client dans sa maîtrise du risque sanitaire. Elle sera pilotée par Louis de Lambert ancien directeur régional (Paris Nord-Ouest) et répond aux nouveaux enjeux insufflés par la crise sanitaire. « Cette nouvelle direction sera un des piliers forts de notre groupe et devra œuvrer aussi bien pour l'interne que pour l'externe. Elle suivra notre fil conducteur de l'excellence avec un focus tout particulier porté sur la sécurité et l'hygiène sanitaire. Elle complète notre volonté d'accélérer notre transformation vers la vente de services et proposera un accompagnement de **PAREDES** bien au-delà du produit. Notre stratégie reste entièrement centrée sur le client et notre ambition d'être n°1 en satisfaction client doit s'inscrire dans la durée et la récurrence. Pour ce faire, cette nouvelle direction « Services et Stratégie » sera accompagnée par la poursuite de notre transformation digitale », fait valoir **François Thuilleur** Directeur Général du Groupe **PAREDES**.

Accompagner

La création de cette direction est motivée par la volonté du groupe **PAREDES** d'accélérer la transformation de son business modèle vers la vente de services additionnels (conseil, abonnements, formation, audit...). Au vu de l'essor du marché de l'hygiène, cette nouvelle direction sera notamment en charge d'éclairer le groupe sur ses possibilités de croissance externe sur ses territoires prioritaires, l'Ile-de-France, la région Bordelaise ainsi que certains pays limitrophes à la France. L'équipe, de quatre personnes, constituée à cet effet, s'appuiera sur l'expertise terrain, technique et commerciale des différents métiers du Groupe.

Le cœur de sa mission sera en effet l'accompagnement du client au-delà du produit. Elle proposera de nombreux services spécifiques et sur-mesure à chacun des marchés cibles du Groupe et des services transverses (comme le dernier kilomètre). Elle aura également pour vocation d'être au plus proche de l'interne afin de travailler de concert avec les différentes directions (Marketing, DSI, Service Client...), de les former et d'intégrer toutes les notions du digital qui anime actuellement le Groupe.

Avec la création de cette direction, déterminante pour la réussite de son plan stratégique, **PAREDES** veut ainsi garantir à ses clients la maîtrise du risque sanitaire on ne peut plus présent à l'heure actuelle.

François Thuilleur nommé président du Conseil d'administration de Paredes

François Thuilleur, actuel directeur général du groupe spécialisée dans les produits d'hygiène, Paredes (CA 2020 210 M€ ; 650 salariés), a été nommé président du Conseil d'administration du groupe basé à Genas (Rhône). il cumulera ses nouvelles fonctions avec celles de directeur général. En juillet dernier, François Thuilleur est devenu "un actionnaire significatif" du groupe, selon le communiqué de presse de l'entreprise. « Je fais le constat aujourd'hui que le plan Défi 2022 que j'ai initié est en très bonne voie de réussite et a permis de redresser l'entreprise. », explique notamment Simon Paredes, qui détenait jusqu'à présent les rênes du Conseil d'administration. ■

Conférence Villeurbanne

>>13 octobre

« De la conception à l'usage, co-construire la santé et la sécurité dans le bâtiment » : c'est le thème d'une conférence proposée par la Direccte Auvergne Rhône-Alpes, la FFB Auvergne-Rhône-Alpes, la Capeb Auvergne-Rhône-Alpes, l'Ordre des architectes Auvergne-Rhône-Alpes, la Carsat Rhône-Alpes et l'OPPBTP. Cette manifestation s'inscrit dans le cadre du 3^e Plan régional santé travail. L'architecte au sein de l'équipe de maîtrise d'œuvre concourt avec le maître d'ouvrage, le coordonnateur SPS, la maîtrise d'usage, à la création de lieux de travail et de vie sains, en toute sécurité pour les entreprises et les utilisateurs. Comment œuvrer ensemble pour l'intérêt général ?

De 17 h à 19 h 30 dans les locaux de la FFB Aura, 23, avenue Condorcet à Villeurbanne
Contact : ara.cellule@direccte.gouv.fr.
Ils bougent
François Thévenieau



Conseiller de la Métropole de Lyon et membre de la commission « Urbanisme, habitat, logement et politique de la ville », il succède à Catherine Panassier à la présidence de GrandLyon Habitat. Âgé de 71 ans, François Thévenieau est l'actuel président de l'association Alynéa, qui accompagne les personnes en situation de fragilité afin qu'elles retrouvent une place dans la société. Il est également administrateur de l'organisme « Le GIE la Ville Autrement », créée en 2004.

Alain Rosaz



Les adhérents de la Ficime (Fédération des entreprises internationales de la mécanique et de l'électronique) ont réélu Alain Rosaz à la présidence pour un quatrième mandat. La Ficime fédère 13 syndicats et unions et représente 417 entreprises générant plus de 100 000 emplois directs et 420 000 emplois directs, indirects et induits, et plus de 40 Md€ de chiffre d'affaires. Elle intervient dans deux grands domaines : la mécanique et les produits électriques et électroniques.

Francis Cholley



Le nouveau directeur de la Business Unit pour l'Europe et le Moyen-Orient chez SageGlass a commencé sa carrière professionnelle chez Saint-Gobain, il y a plus de 25 ans. Francis Cholley a été directeur général de Saint-Gobain Sekurit (vitrage automobile) en Thaïlande et en Chine, puis a travaillé au Japon, d'abord comme DG de MAG-ISOVER (laine de verre) puis comme country CEO ayant la responsabilité des produits pour la construction du groupe Saint-Gobain.

Louis de Lambert



Paredes, ETI familiale lyonnaise spécialisée dans l'hygiène et les protections professionnelles, se dote d'une direction « Services et Stratégie ». Louis de Lambert, précédemment directeur régional pour la région Paris Nord-Ouest, en prend la direction. Diplômé de l'ESSEC Business School, il a rejoint le groupe Paredes en 2007. Il était auparavant directeur business unit chez Rentokil-Initial. ■

FACILITY MANAGEMENT

PAREDES



François Thuilleur est nommé président du conseil d'administration de ce fournisseur de solutions d'hygiène

et de protection professionnelles, fonction qu'il cumulera avec celle de directeur général du groupe. Il succède à Simon Paredes.

Né en 1969, ESC Clermont, master spécialisé en organisation et gestion de production (Ensam), Cedep Insead, il a accompli une grande partie de sa carrière au sein du groupe Renault, comme chargé marketing en Belgique (1993), chef de projet distribution internationale (1995), chef de produit senior (1998), directeur de succursale à Valenciennes chez Renault Retail Group (2001), directeur marketing de Renault Portugal (2004), directeur marketing de Renault Allemagne (2007), directeur commercial pièces & acces-

soires (2011), puis directeur alliance global nouveaux business après-vente Renault Nissan BV (2015). En 2016, il devient directeur marketing, digital et opérations et membre du comité exécutif de Rexel. En 2019, il a rejoint le groupe Paredes, en tant que directeur général du groupe.

> Chasseur : Korn Ferry.

www.executives.fr/a.asp?a=140979



Louis de Lambert pilotera, à compter du 1er octobre, la stratégie de déploiement des activités « services et stratégie ».

Né en 1969, IEA, MBA de l'Essec, il fut notamment directeur business unit chez Rentokil-Initial, avant de rejoindre, en 2007, le groupe Paredes, en tant que directeur régional pour la région Paris Nord-Ouest.

www.executives.fr/a.asp?a=158248



Cédric Gatto est nommé, à compter du 1er octobre, directeur région Paris Nord-Ouest, succédant ainsi à Louis de Lambert.

Né en 1978, master en gestion et management à l'EM Lyon, il a été joueur semi-professionnel de rugby, avant de passer 20 ans dans le secteur de la distribution automobile au sein du groupe Renault.

www.executives.fr/a.asp?a=158249



François THUILLEUR | Bref Eco

L'actualité économique en Auvergne-Rhône-Alpes

- Facebook
- Twitter
- LinkedIn
- Instagram

Vendredi 09 Octobre 2020

Le conseil d'administration du groupe **Paredes** annonce la nomination de **François Thuilleur** en qualité de président. Simon **Paredes**, qui exerçait cette fonction, passe donc la main à son directeur général, qui cumulera les deux fonctions. « *Je fais le constat aujourd'hui que le plan Défi 2022 que j'ai initié est en très bonne voie de réussite et a permis de redresser l'entreprise* » indique-t-il. « *Il est temps maintenant d'entamer une nouvelle page de l'histoire du groupe en confiant à **François Thuilleur** la conduite globale de l'entreprise* ».

François Thuilleur (ex-Renault et Rexel) est arrivé dans l'entreprise en 2017. Il est devenu un actionnaire « significatif » du groupe en juillet 2020 et avait été élu administrateur du groupe en septembre. « *Je prends la présidence du groupe avec l'ambition d'en faire le numéro 1 de l'hygiène professionnelle en France, dans le courant de la décennie* » indique l'intéressé. « *Je veux aussi que **Paredes** soit reconnu comme LA référence absolue du marché en termes de satisfaction clients et satisfaction collaborateurs, tout comme j'attache une grande importance au fait que 100 % de nos collaborateurs deviennent actionnaires de l'entreprise* ».

Numéro 2 du marché de l'hygiène et de la protection professionnelles en France, **Paredes** a été fondée en 1942. Basée à Genas, en région lyonnaise, elle emploie 650 collaborateurs et prévoit de réaliser cette année un chiffre d'affaires de 210 millions d'euros.

Le billet Julien Thibert

Gallia Valette-Pilenko

FISCALITÉ DES CHEMINS PAVÉS D'OR « C'est l'un des bâtons de Maréchal d'Emmanuel Macron : l'instauration d'une flat tax de 30 % sur l'impôt sur la fortune immobilière (IFI), né sur les cendres de l'ISF. La fiscalité du capital prend un virage significatif au vu du rapport publié cette semaine par France Stratégie, co-pilote de cette réforme avec le Gouvernement, et qui en énonce les premiers effets. Rappelons l'objectif de cette réforme : une baisse de 5 Md€ de la pression fiscale sur les ménages. Depuis 2018, on constate une hausse des rendements d'actifs des contribuables concernés soit une hausse des dividendes de l'ordre de 3Md€ en 2019. Le passage de l'ISF à l'IFI a réduit aussi l'exil fiscal, avec moins de 400 contribuables sur le départ recensés. Il est encore trop tôt pour vérifier si les richesses ainsi engrangées seront réorientées significativement sur l'investissement dans l'économie française, finalité de l'œuvre engagée par le président de la République.

TRANSITION

Le groupe Serl et Plateau Urbain ont développé le projet d'urbanisme transitoire de la Halle Girondins, sur le territoire de Gerland. Depuis juin, l'ancienne halle industrielle accueille 19 structures du champ culturel, artistique et social. Elles sont issues de différents secteurs et proposent des projets associatifs et entrepreneuriaux ou relevant de l'économie sociale et solidaire en lien avec l'artisanat, l'art, la

médiation culturelle, l'éducation et la culture.

30 Le nombre de postes ouverts par Jaguar Network pour son agence de Lyon

« Le Groupama Stadium est un levier économique pour Lyon et son territoire » Francis Thomine, directeur général de Groupama Rhône-Alpes Auvergne

Boehringer Ingelheim (santé animale) indique que son futur site de production stratégique de vaccins vétérinaires de Lyon-Jonage sera livré fin 2022.

« La première vague nous a sévèrement impacté (...) Au total nous ne devrions perdre que sept mois par rapport au planning initial », explique dans un communiqué Lionel Badarous, directeur de projets industriels chez Boehringer Ingelheim France.

ISABELLE BATTIONI



Formée en musicologie à la

Sorbonne et en Arts vivants et visuels au King's College de Londres, Isabelle Battioni devient la nouvelle directrice du CCR d'Ambronay. Elle rejoint une maison qu'elle connaît bien, puisqu'elle en a été, entre 2004 et 2010, la directrice adjointe chargée, entre autres, de piloter les nouvelles activités. Elle avait quitté le centre pour devenir déléguée générale du réseau des Centres culturels de rencontre. Elle prendra pleinement ses fonctions le 4 janvier 2021.

FRANÇOIS THUILLEUR



Deviendra président du Conseil d'administration de Paredes (650 collaborateurs, CA : 210 M€ en 2020, 25 000 clients). Il succède à Simon Paredes, petit-fils du fondateur du groupe spécialisé sur le marché de l'hygiène professionnelle, après avoir été administrateur du groupe depuis septembre 2020 puis un actionnaire « significatif », selon la direction de Paredes. Son ambition désormais : devenir « le numéro 1 de l'hygiène

professionnelle en France dans le courant de la décennie ».

SYLVAIN BOCCON-GIBOD



COURTNEY GERAGHTY directrice du théâtre de la Croix-Rousse

actuellement responsable de la programmation des festivals Crossing the line et Tilt. Après avoir testé la température cet été dans l'agglomération et rencontré une cinquantaine d'acteurs et actrices de la culture, cette polyglotte infatigable veut développer « un projet ouvert sur les habitants du quartier, de la ville, de la région et bien sûr du monde ». ■

Élu, avec pour binôme Olivier Arthaud, ancien président de la CRCC de Lyon, à la présidence de la nouvelle CRCC de Lyon-Riom pour un mandat de 4 ans. Le président sortant de la CRCC de Lyon prend les rênes, le 1er novembre, d'une nouvelle CRCC qui couvre un territoire désormais plus large (Loire, Rhône, Ain, Puy de Dôme, Allier, Cantal et Haute-Loire) et rassemble deux cours d'appel, bien distinctes. A ses côtés, Bruno Robert a été élu vice-président Auvergne.

bougent

Cette amoureuse de la culture française succèdera fin décembre 2020 à Jean Lacorne-rie.

Choisie pour son projet avec l'artiste Johnny Bert, que le public lyonnais connaît bien, notamment celui du théâtre de la Croix-Rousse qui l'a invité régulièrement, Courtney Geraghty était en lice avec quatre autres projets sur les 26 présentés. Américaine devenue Française, la jeune femme de 37 ans a réalisé toute sa carrière au service de la culture. Arrivée en France à 11 ans, sans (presque) parler un mot de français, elle est très rapidement « tombée amoureuse » du pays. Débutant sa carrière au musée Pompidou, elle enchaîne avec la salle parisienne le 104, avant de devenir attachée culturelle à l'Institut français de Tokyo, puis consultante pour le festival Automne en Normandie jusqu'en 2014. Un an plus tard, après un bref passage dans la compagnie de Vincent Macaigne, elle s'envole pour le Chili, de nouveau comme attachée culturelle, avant de retourner dans son pays natal au sein du French Institute Alliance française où elle est



PAREDES

Alban Razia

Le conseil d'administration du groupe Paredes annonce la nomination de François Thuilleur en qualité de président. Simon Paredes, qui exerçait cette fonction, passe donc la main à son directeur général, qui cumulera les deux fonctions. « *Je fais le constat aujourd'hui que le plan Défi 2022 que j'ai initié est en très bonne voie de réussite et a permis de redresser l'entreprise* » indique-t-il. « *Il est temps maintenant d'entamer une nouvelle page de l'histoire du groupe en confiant à François Thuilleur la*

conduite globale de l'entreprise ». François Thuilleur (ex-Renault et Rexel) est arrivé dans l'entreprise en 2017. Il est devenu un actionnaire « significatif » du groupe en juillet 2020 et avait été élu administrateur du groupe en septembre. « *Je prends la présidence du groupe avec l'ambition d'en faire le numéro 1 de l'hygiène professionnelle en France, dans le courant de la décennie* » indique l'intéressé. « *Je veux aussi que Paredes soit reconnu comme LA référence absolue du marché en termes de satisfaction clients et*

satisfaction collaborateurs, tout comme j'attache une grande importance au fait que 100 % de nos collaborateurs deviennent actionnaires de l'entreprise ». Numéro 2 du marché de l'hygiène et de la protection professionnelles en France, Paredes a été fondée en 1942. Basée à Genas, en région lyonnaise, elle emploie 650 collaborateurs et prévoit de réaliser cette année un chiffre d'affaires de 210 millions d'euros. ■



Distribution de produits d'hygiène. Simon Paredes passe le témoin à François Thuilleur

Publié le 14 oct. 2020 15:44:00



François Thuilleur, directeur général du groupe Paredes, vient d'être nommé président du conseil d'administration. Il succède à Simon Paredes, petit-fils du fondateur de l'entreprise en 1942.

François Thuilleur qui est à la tête opérationnelle du groupe **Paredes** depuis 2017 vient d'être nommé président du conseil d'administration. Le dirigeant, qui conservera sa fonction de directeur général est devenu un actionnaire significatif du groupe **Paredes** en juillet 2020, avant d'en être élu administrateur en septembre 2020. Il succède à Simon Paredes, petit-fils du fondateur de l'entreprise qui se félicite du développement de son entreprise : « Je fais le constat aujourd'hui que le plan Défi 2022 que j'ai initié est en très bonne voie de réussite et a permis de redresser l'entreprise. Je tiens à remercier **François Thuilleur** et son équipe pour le travail qui a été réalisé. »

Le nouveau président affiche son ambition de faire du groupe le N°1 de l'hygiène professionnelle en France. « Je prends la Présidence que je veux aussi que **PAREDES** soit reconnu comme LA référence absolue du marché en termes de satisfaction clients et satisfaction collaborateurs, tout comme j'attache une grande importance au fait que 100% de nos collaborateurs deviennent actionnaires de l'entreprise. Tous les acteurs du marché qui partagent notre ambition et nos valeurs sont les bienvenus. »

A lire également :

- **UniHa renforce son partenariat avec Paredes**
- **La bonne année 2019 de Paredes**
- **Paredes lance son défi 2020**



François Thuilleur est nommé Président du Conseil d'Administration du Groupe PAREDES et vise la place de n°1 du marché de l'hygiène professionnelle en France

Le Conseil d'Administration du Groupe **PAREDES** a annoncé la nomination de **François Thuilleur** en qualité de Président du Conseil d'Administration du Groupe, fonction qu'il cumulera avec celle de Directeur Général du Groupe. Simon **Paredes**, qui exerçait cette fonction de Président se réjouit de cette nomination: « Je fais le constat aujourd'hui que le plan Défi 2022 que j'ai initié est en très bonne voie de réussite et a permis de redresser l'entreprise. Je tiens à remercier **François THUILLEUR** et son équipe pour le travail qui a été réalisé. Il est temps maintenant d'entamer une nouvelle page de l'histoire du Groupe en confiant à **François THUILLEUR** la conduite globale de l'entreprise sur les dix prochaines années, au bénéfice à la fois de ses actionnaires et de ses salariés »

**34 / BIENS DE CONSOMMATION : le groupe Paredes s'implante à Montpellier**

Le **GRUPE PAREDES** / T : 04.72.47.47.47 (*siège social à Genas/Rhône*), qui conçoit des produits et solutions en matière d'hygiène et de protection professionnelles, ouvre sa première agence commerciale à Montpellier, au sein du parc Club du Millénaire.
www.paredes.fr



Hygiène : PAREDES ouvre sa première agence commerciale en France à Montpellier

L'ETI familiale lyonnaise spécialisée dans l'hygiène et les protections professionnelles, annonce l'implantation d'une agence à Montpellier. Rattachée à la Direction Régionale Sud-Ouest, elle sera basée au Millénaire et couvrira les cinq départements limitrophes de l'Hérault. Elle aura pour rôle et mission de permettre à PAREDES de renforcer son ancrage dans la région Sud-Ouest et de se rapprocher physiquement de ses clients. Cette ouverture, inédite pour le groupe, s'intègre dans sa stratégie d'entreprise, initiée dans le cadre de son plan de transformation #Défi2022, centrée sur le client. « Sa poursuite ne peut que s'accroître dans le contexte sanitaire actuel », indique François Thuilleur directeur général du groupe.

Fondée en 1942, l'entreprise familiale est spécialisée sur le marché de l'hygiène et de la protection professionnelle en France (n°2 du marché) et en Italie. Fort de ses 25 000 clients et de ses 650 collaborateurs, le groupe réalise un chiffre d'affaires de 180 millions d'euros. Son siège social est situé à Genas, en région lyonnaise.

...



MONTPELLIER : PAREDES ouvre sa première agence commerciale

Written by Floriane . Posted in INFOS NATIONALES

Dans la poursuite de sa stratégie de qualité et de proximité de services, essentiels face aux nouveaux défis post-crise, PAREDES ouvre sa première agence commerciale.

Rattachée à la Direction Régionale Sud-Ouest, elle sera basée à Montpellier et couvrira les cinq départements limitrophes. Classée dans le top 10 des agglomérations françaises, Montpellier offre un fort potentiel clients sur les marchés clés de l'entreprise (santé, industrie, collectivités et entreprises de propreté).

Genas, 20 octobre 2020. PAREDES, ETI familiale lyonnaise spécialisée dans l'hygiène et les protections professionnelles, ouvre sa première agence commerciale en France à Montpellier. Elle aura pour rôle et mission de permettre à PAREDES de renforcer son ancrage dans la région Sud-Ouest et de se rapprocher physiquement de ses clients. Cette ouverture, inédite pour PAREDES, s'intègre dans sa stratégie d'entreprise, initiée dans le cadre de son plan de transformation #Défi2022, centrée sur le client et dont la poursuite ne peut que s'accroître dans le contexte sanitaire actuel.

« Le service et la satisfaction de nos clients sont notre fer de lance. Notre stratégie de développement est entièrement centrée autour de leurs besoins, de leurs attentes, de leurs appréhensions et questions. Notre stratégie est, dans le contexte sanitaire actuel, d'autant plus mise à l'épreuve que nous nous efforçons de la conduire telle qu'elle a été initiée tout en la renforçant compte tenu des perspectives de ces prochains mois, voire prochaines années. Nous avons tenu, dans un premier temps, à nous rapprocher, nous ancrer dans la région sud-ouest au travers de l'ouverture d'un nouveau format de service, une agence commerciale, la toute première de PAREDES en France », souligne François Thuilleur Directeur Général du Groupe PAREDES.

François Thuilleur



Il est nommé président du conseil d'administration du groupe Paredes, l'un des leaders sur le marché de l'hygiène et de la protection

professionnelles en France (n°2 du marché) et en Italie, avec un chiffre d'affaires estimé à 210 M€ en 2020 (siège social à Genas). François Thuilleur cumulera cette fonction avec celle de directeur général du groupe. Il était devenu un actionnaire significatif de Paredes en juillet dernier et avait été élu administrateur du groupe en septembre. ■

**PAREDES / FRANÇOIS THUILLEUR**

Le conseil d'administration du groupe Paredes a nommé François Thuilleur président du conseil d'administration du groupe, fonction qu'il cumulera avec celle de directeur général.

François Thuilleur est devenu un actionnaire significatif du groupe Paredes en juillet 2020

et en a été élu administrateur en septembre.

Fondée en 1942, l'entreprise familiale Paredes est un leader du marché de l'hygiène et de la protection professionnelle en France (n° 2 du marché) et en Italie. Le groupe réalise un chiffre d'affaires estimé à 210 millions d'euros en 2020. Son siège social est situé à Genas, en région lyonnaise.



CARNET

PAREDES



Louis de Lambert, précédemment directeur régional pour la région Paris Nord-Ouest chez Paredes, en prend

la direction à compter du 1^{er} octobre. Diplômé de l'Essec Business School, il a rejoint le groupe Paredes en 2007. Cédric Gatto reprend la direction de la région de Paris Nord-Ouest, marché le plus important de France au potentiel de développement exponentiel. Il accompagnera le déploiement de la stratégie Paredes sur deux pôles économiques majeurs : l'Île-de-France et les Hauts-de-France.

Actualités



François Thuilleur, qui a rejoint le groupe Paredes en 2017, a mis en œuvre le plan Défi 2022. (DR)



Simon Paredes fait le constat que le plan Défi 2022 qu'il a initié est en très bonne voie et a permis de redresser l'entreprise. (DR)

Distribution de produits d'hygiène

→ François Thuilleur, directeur général du groupe Paredes, vient d'être nommé président du conseil d'administration. Il succède à Simon Paredes, petit-fils du fondateur de l'entreprise en 1942.

Simon Paredes passe le témoin à François Thuilleur

François Thuilleur, qui est à la tête opérationnelle du groupe Paredes depuis 2017, vient d'être nommé président du conseil d'administration. Le dirigeant, qui conservera sa fonction de directeur général est devenu un actionnaire significatif du groupe Paredes en juillet 2020, avant d'en être élu administrateur en septembre. Il succède à Simon Paredes, petit-fils du fondateur de l'entreprise qui se félicite du développement de son entreprise : « Je fais le constat aujourd'hui que le plan Défi 2022, que j'ai initié, est en très bonne voie de réussite et a permis de redresser

l'entreprise. Je tiens à remercier François Thuilleur et son équipe pour le travail qui a été réalisé. » Le nouveau président affiche son ambition de faire du groupe le N° 1 de l'hygiène professionnelle en France. « Je prends la présidence et veux que le groupe Paredes soit reconnu comme LA référence absolue du marché en termes de satisfaction clients et satisfaction collaborateurs, tout comme j'attache une grande importance au fait que 100 % de nos collaborateurs deviennent actionnaires de l'entreprise. Tous les acteurs du marché qui partagent notre ambition et nos valeurs sont les bienvenus. » ■

PAREDES

Paredis Elite, champagne pour la nouvelle collection !

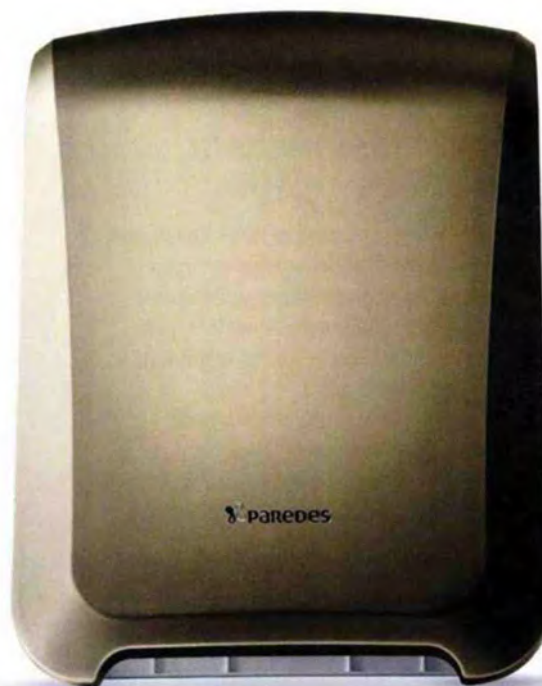
Dotée d'une élégante teinte champagne, la nouvelle collection Paredis Elite adopte un design résolument contemporain. « Silencieuse et intelligente, cette nouvelle collection est l'alliance parfaite entre design et discrétion. Opposé à des tons clairs ou harmonieusement intégré à des nuances sombres, chaque produit réhausse et structure l'intérieur d'une cabine sanitaire », souligne l'industriel. La collection Paredis Elite se compose à ce jour des quatre produits phares de la cabine sanitaire : le distributeur d'essuie-mains rouleaux, d'essuie-mains plié, de papier hygiénique et de savon. Le distributeur d'essuie-mains rouleaux est doté de fonctionnalités ingénieuses, notamment :

- > Le système de lame composite efficace et éprouvé aussi résistant que la céramique et aussi coupant que le métal ;
- > La courbure de la lame couplée au mécanisme interne favorisant la sortie optimisée de tout type de ouate et ce, quelle que soit l'épaisseur des matières utilisées ;
- > L'isolation sécuritaire de la lame dans une cassette manuellement inaccessible ;
- > La fenêtre de visualisation pour contrôler rapidement l'évolution des consommables.

Les mécanismes internes, totalement amovibles, peuvent être lavés individuellement et permettent une flexibilité dans le choix des consommables. Le distributeur d'essuie-mains rouleaux est doté d'un mécanisme constitué d'un cylindre plastique muni de bandes en silicone assurant un mouvement silencieux garant d'un environnement calme et agréable. La souplesse du mécanisme facilite la préhension des formats pour un confort optimal des utilisateurs.

De plus, le distributeur d'essuie-mains rouleaux accueille des bobines Ecolabel, 100 % recyclables, grâce à leurs embouts en cellulose moulé brevetés zéro plastique. ■

www.paredes.fr





MOUVEMENTS

#Directeur général du groupe Paredes (210 millions d'euros de chiffre d'affaires, 650 collaborateurs, **François Thuilleur** (photo) est également nommé président du conseil d'administration avec comme ambition « *que le groupe devienne n°1 de l'hygiène en France* ».

#**Bernard Desprez** est le nouveau patron du cabinet d'audit Deloitte en Auvergne-Rhône-Alpes (270 collaborateurs, 30 millions d'euros de chiffre d'affaires par an).

TÊTES D'AFFICHE

FRANÇOIS THUILLEUR NOMMÉ PRÉSIDENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION DE PAREDES

François Thuilleur, actuel directeur général du groupe spécialisé dans les produits d'hygiène Paredes (CA 2020 : 210 M€ ; 650 salariés), a été nommé président du conseil d'administration du groupe basé à Genas (Rhône). Il cumulera ses nouvelles fonctions avec celles de directeur général. En juillet dernier, François Thuilleur est devenu « un actionnaire significatif » du groupe, selon le communiqué de presse de l'entreprise. « Je fais le constat aujourd'hui que le plan Défi2022 que j'ai lancé est en très bonne voie de réussite et a permis de redresser l'entreprise », explique notamment Simon Paredes, qui détenait jusqu'à présent les rênes du conseil d'administration. « Je prends la présidence du groupe avec l'ambition d'en faire le numéro un de l'hygiène professionnelle en France, dans le courant de la décennie, promet François Thuilleur. Je veux aussi que Paredes soit reconnu comme la référence absolue du marché en termes de satisfaction clients et satisfaction collaborateurs, tout comme j'attache une grande importance au fait que 100 % de nos collaborateurs deviennent actionnaires de l'entreprise. Tous les acteurs du marché qui partagent notre ambition et nos valeurs sont les bienvenus », a déclaré François Thuilleur.



En janvier 2020, le groupe inaugurerait le HUB Paredes qui abrite à la fois son centre de formation, Université Paredes, et sa plate-forme logistique centralisée. Cette dernière a pour vocation d'assurer une gestion optimisée de ses stocks. Situé en région lyonnaise à Saint-Quentin-Fallavier (Isère), Paredes y dispose d'une capacité de stockage de 20 000 m² pour 20 000 palettes. ■

CARNET

FRANÇOIS THUILLEUR PAREDES



Le conseil
d'administration
du groupe
Paredes,
a nommé
François
Thuilleur
président
du conseil

d'administration du groupe, fonction qu'il cumulera avec celle de directeur général. Rappelons que François Thuilleur était devenu un actionnaire significatif du groupe Paredes en juillet 2020 et avait été élu administrateur en septembre 2020. Fondée en 1942, l'entreprise familiale Paredes est un leader du marché de l'hygiène et de la protection professionnelles en France (n° 2 du marché) et en Italie. Le groupe réalise un chiffre d'affaires estimé à 210 millions d'euros en 2020. Son siège social est situé à Genas, en région lyonnaise.

**LOUIS DE LAMBERT
PAREDES**



Louis de Lambert, précédemment directeur régional pour la région Paris Nord-Ouest chez Paredes, en prend

la direction à compter du 1^{er} octobre. Diplômé de l'Essec Business School, il a rejoint le groupe Paredes en 2007.

**François Thuilleur**

François Thuilleur

a été nommé,
en octobre 2020,
président du

conseil d'administration du
groupe Paredes, spécialisé dans
l'hygiène et la protection
professionnelles, fonction qu'il
cumulera avec celle de directeur
général du groupe.

PAREDES / FRANÇOIS THUILLEUR

Le conseil d'administration du groupe Paredes a nommé François Thuilleur président du conseil d'administration du groupe, fonction qu'il cumulera avec celle de directeur général.

François Thuilleur est devenu un actionnaire significatif du groupe Paredes en juillet 2020 et en a été élu administrateur en septembre.

Fondée en 1942, l'entreprise familiale Paredes est un leader du marché de l'hygiène et de la protection professionnelle en France (n° 2 du marché) et en Italie. Le groupe réalise un chiffre d'affaires estimé à 210 millions d'euros en 2020. Son siège social est situé à Genas, en région lyonnaise.



L'expertise Paredes : promouvoir les bonnes pratiques pour maîtriser les risques infectieux, les coûts et la qualité perçue

Rédigé par Pamela Claude le Mercredi 4 Novembre 2020 à 10:45 | Lu 56 fois Alors que la crise sanitaire a souligné l'importance des bonnes pratiques de désinfection et leur inscription dans une démarche globale, un acteur se détache plus particulièrement sur le marché de la santé : le groupe français Paredes, spécialiste de l'hygiène professionnelle, dont nous découvrons les engagements avec Sébastien Nommer, chef de marché santé.

Comment se positionne aujourd'hui Paredes sur le marché de la santé ?

Sébastien Nommer : Ce secteur représente un enjeu majeur pour notre groupe, qui réalise plus de 50 % de son chiffre d'affaire auprès des établissements sanitaires et médico-sociaux. Paredes est d'ailleurs l'un des partenaires privilégiés de la coopérative des acheteurs hospitaliers UniHA pour les produits d'hygiène des mains, tout en étant implanté dans quatre des cinq plus importants groupes français d'hospitalisation privée. Sur le volet médico-social, plus de 800 structures ont souscrit à notre offre d'accompagnement personnalisé « Accord Confiance », qui vise à renforcer la qualité globale des prestations d'hygiène et de nettoyage dans le cadre d'un budget maîtrisé. Ce sont autant de succès qui viennent couronner une stratégie articulée autour de l'excellence du service, l'innovation et l'engagement des collaborateurs.

Comment cette stratégie s'est-elle matérialisée durant la crise sanitaire ?

Très sollicitées par nos partenaires sanitaires et médico-sociaux, nos équipes se sont fortement mobilisées pour les accompagner à distance, en particulier lorsqu'il fallait décrypter les recommandations, très évolutives, portant sur la prévention des infections manuportées, la désinfection des sols, le bionettoyage des surfaces, la gestion du linge contaminé, etc. Cette crise a d'ailleurs mis en lumière la nécessité de s'inscrire dans une démarche globale pour la maîtrise des risques infectieux : au-delà des produits utilisés, les enjeux résident plus particulièrement dans leur usage raisonné et leur intégration aux bons protocoles. Cette attention renouvelée portée aux bonnes pratiques d'hygiène et de désinfection, qui a d'ailleurs vocation à se maintenir, a, à mon sens, tout à gagner de l'accompagnement spécialisé offert par Paredes. En contractualisant avec un établissement, nos équipes se donnent en effet des objectifs mesurables, tant sur le plan qualitatif que budgétaire, basés sur des indicateurs de suivi et la formalisation d'un plan de progrès. C'est là que réside la valeur ajoutée du service Paredes : aller plus loin que la seule fourniture des produits et consommables pour adresser les contraintes d'hygiène de manière transversale.

Quels autres enjeux avez-vous identifiés durant cet épisode exceptionnel ?

La crise a également souligné l'importance du volet environnemental, sur lequel Paredes est aussi très présent. Par exemple, nous préconisons depuis longtemps l'usage de microfibrilles plutôt que la biochimie pour la désinfection des sols, et explorons avec attention d'autres alternatives, comme nous avons su le faire dans le passé avec la désinfection vapeur. Sur un autre registre, l'actualité récente a été marquée par de nombreuses pénuries, remettant en lumière l'importance des circuits courts. Là aussi Paredes a une longueur d'avance : nos produits d'essuyage des mains sont fabriqués en France, ce qui nous permet de répondre rapidement aux demandes pour, justement, assurer la continuité des bonnes pratiques d'hygiène.

Paredes ouvre à Montpellier

ETI familiale lyonnaise spécialisée dans l'hygiène et les protections professionnelles, Paredes ouvre sa première agence commerciale en France à Montpellier. ■



Hygiène et protection professionnelles

PAREDES ouvre sa première agence commerciale

à Montpellier. L'ETI familiale lyonnaise, spécialisée dans l'hygiène et les protections professionnelles, annonce l'implantation d'une agence à Montpellier. Rattachée à la direction régionale Sud-Ouest, elle couvrira les cinq départements limitrophes du 34, 30, 48 jusqu'au 11 et 66. Le groupe couvre le territoire français au travers de 9 sites et de 6 directions régionales. L'agence, située dans le Parc du Millénaire, à Montpellier, est composée d'un effectif de 5 personnes : 4 commerciaux spécialisés et 1 technicien.

La DR Sud-Ouest, dirigée par Franck Tanière, dont dépendra l'agence commerciale de Montpellier, rayonne sur l'ensemble de l'Occitanie et la façade atlantique de la Nouvelle-Aquitaine (départements 64, 40 et 33). Fondée en 1942, l'entreprise familiale est spécialisée sur le marché de l'hygiène et de la protection professionnelle en France (numéro 2 du marché) et en Italie. Fort de ses 25 000 clients et de ses 650 collaborateurs, le groupe réalise un chiffre d'affaires de 180 millions d'euros. Son siège social est situé à Genas, en région lyonnaise. François Thuilleur est le directeur général du groupe (DC)



UniHA et l'AP-HM lauréats des Trophées 2020 de la commande publique



PARIS, 19 novembre 2020 (TecHopital) - Les Trophées de la commande publique, qui ont été annoncés le 12 novembre en visioconférence, ont récompensé l'Assistance publique-hôpitaux de Marseille (AP-HM) et UniHa pour leurs pratiques en matière d'achat public responsable, leur performance de l'achat et leur "résilience" face au Covid.

Ces trophées, remis pour la 13^e année consécutive, récompensent les meilleures stratégies d'achat des services publics, que ce soit pour l'Etat, les collectivités territoriales ou les hôpitaux. Cette année un 7^e prix spécial, celui de la "résilience Covid", a été attribué.

Ainsi, parmi les 7 lauréats, figurent la centrale d'achat UniHA (primée deux fois) et l'AP-HM.

Le **prix performance de l'achat** récompense la filière "consommables et équipements pour les unités de soins" (CEUS) d'UniHA pour son "contrat-type performance" dans le domaine du réchauffement patient en bloc opératoire et en salle de réveil.

"Tout au long de son parcours, le patient en chirurgie doit être maintenu à une température corporelle dite "normotherme", c'est-à-dire supérieure à 36°C. En cas d'hypothermie, les conséquences cliniques sont nombreuses et potentiellement graves. A l'inverse, le maintien à une température normale permet de raccourcir le temps passé en salle de réveil et la durée de séjour, tout en procurant au patient une meilleure sensation de confort. Des réhospitalisations sont évitées", précise UniHA dans un communiqué publié le 16 novembre.

La procédure d'achat, lancée avec les Hospices civils de Lyon (HCL) sous la forme d'un dialogue compétitif avec les entreprises spécialistes du réchauffement des patients, a été attribuée le 7 juin 2019, à la société 3M.

Dans la conception de ce marché, UniHA et les HCL se sont inspirés des méthodes de MedTech Europe, association représentant l'industrie européenne des technologies médicales, soutenue par l'Union européenne. Elle promeut une nouvelle approche d'achats basée sur la valeur. C'est la méthode du *best value procurement*, où le client travaille de concert avec le fournisseur qui offre la valeur la plus élevée au meilleur prix.

Ce marché, gouverné par des objectifs cliniques, englobe la fourniture des matériels, des consommables et de toutes prestations associées, etc., associant la rétribution du prestataire à une obligation de résultat.

Pour la deuxième année consécutive, le

prix achat public durable récompense UniHA pour sa filière "restauration".

La centrale d'achat est primée pour son marché éco-responsable de produits lessiviels pour la restauration et de vaisselle à usage unique. UniHA a voulu donner une orientation éco-responsable au lancement de son premier marché de produits lessiviels et de vaisselle à usage unique pour la restauration, passé avec le CHU d'Angers.

Ainsi, la décision a été prise de "référencer des produits lessiviels écolabellisés excluant toutes substances cancérigènes, mutagènes ou toxiques pour la reproduction (CMR) et tous perturbateurs endocriniens (triclosan, éthers de glycol de série E). Le but étant de limiter les impacts sur l'homme et l'environnement, en conformité avec l'engagement de la filière restauration dans la charte "Mon restau responsable" soutenue par la Fondation pour la nature et l'homme créée par Nicolas Hulot", précise la centrale dans son communiqué.

Le deuxième lot comprend de la vaisselle et des produits non alimentaires à usage unique conformes aux nouvelles réglementations, c'est à dire: compostables, biosourcés et sans plastique.

Les entreprises titulaires sont les sociétés Diversey en ce qui concerne les produits lessiviels et **Paredes** pour la vaisselle à usage unique.

A noter que le marché affiche des gains financiers de 8% (pour les produits lessiviels) et de 16% (pour la vaisselle). Au total, 81 établissements publics de santé bénéficieront de ce marché en groupement de commande et d'autres encore via la centrale d'achat.

Un nouveau prix a fait son apparition cette année: c'est le **prix spécial "résilience Covid"**.

Le jury a choisi l'AP-HM, pour ses "multiples initiatives prises dès février afin de maintenir les approvisionnements nécessaires (équipements de protection individuelle -EPI- et produits d'hygiène) face à la crise du Covid-19", a rapporté le site achatpublic.com dans un communiqué publié le 13 novembre.

Une cellule de crise installée en mars s'est réunie quotidiennement. Une organisation en mode "salle des marchés" a été mise en place avec "quatre acheteurs mobilisés, des achats à l'international avec un souci particulier apporté à la sécurisation des marchés, mais aussi aux achats locaux et à la recherche de solutions textiles innovantes".

Enfin, pour faire face à la crise sanitaire, la chaîne d'approvisionnement et les habitudes (avances bonifiées, achats à l'étranger, etc.) de l'AP-HM "ont été entièrement revues en quelques jours".

gdl/ab



Une première agence pour Paredes

SÉVERINE WILSON | le 30/11/2020



Dans le cadre de sa stratégie de développement et d'amélioration de la qualité de services, Paredes a ouvert sa première agence commerciale à Montpellier.

Pour apporter qualité de service et proximité, Paredes poursuit son développement commercial en ouvrant sa première agence. Rattachée à la direction régionale Sud-Ouest, elle sera basée à Montpellier et couvrira les cinq départements limitrophes. Le spécialiste de l'hygiène et des protections professionnelles a pour objectif de renforcer son ancrage dans cette région et de se rapprocher physiquement de ses clients.

Cette ouverture s'intègre dans la stratégie du groupe lyonnais, initiée dans le cadre de son plan de transformation #Défi2022. « *Le service et la satisfaction de nos clients sont notre fer de lance. Notre stratégie de développement est entièrement centrée autour de leurs besoins, de*



leurs attentes, de leurs appréhensions et questions, affirme François Thuilleur, directeur général de Paredes. Notre stratégie est, dans le contexte sanitaire actuel, d'autant plus mise à l'épreuve que nous nous efforçons de la conduire telle qu'elle a été initiée tout en la renforçant compte tenu des perspectives de ces prochains mois, voire prochaines années. »

Proximité avec les clients

Paredes couvre le territoire français au travers de 9 sites et de 6 directions régionales dont chacune dispose des services essentiels à l'entreprise et ses clients : stockage, dépôt, logistique, administratif, commercial etc. La direction régionale Sud-Ouest rayonne sur l'ensemble de l'Occitanie et la façade atlantique de la Nouvelle Aquitaine (départements 64, 40 et 33). La nouvelle agence montpelliéraine permettra au groupe de se rapprocher des clients des départements du 34, 30, 48 jusqu'au 11 et 66. Pour répondre efficacement aux perspectives du marché de l'hygiène, la proximité est un atout essentiel. L'équipe de 5 personnes de l'agence sera capable d'appréhender et analyser les problématiques des clients et prospects sur le terrain afin de leur proposer les solutions les plus adaptées.

Dédié aux entreprises de propreté

Dans son catalogue dédié aux entreprises de propreté, Paredes a sélectionné une offre produits complète incluant la cabine sanitaire et le nettoyage des locaux. Cet outil comporte une sélection produits pour un choix simple et rapide, un classement par méthode de nettoyage et thème d'hygiène, des nouveautés.



Sénart : LaSalle Investment Management loue 50% de sa plateforme S-One

LaSalle Investment Management vient de louer, pour le compte d'**Encore+**, **17 780 m²** d'espaces de stockage et de bureaux, soit 2 des 4 cellules composant la plateforme **S-One** de 35 554 m² récemment livrée à **Tigery** (91), sur le pôle logistique de Sénart (regroupant 10 communes). Située au cœur du Parc des Vergers 2, en façade de la Francilienne (N104), S-One, qui vise la certification Breeam « Very Good », a été développée par le promoteur **JMG Partners**. Le bail de 9 ans ferme signé avec **Joker Log** (stockage et conditionnement) a pris

effet le 1^{er} novembre 2020. Pour cette transaction réalisée pour un montant non communiqué, le bailleur était accompagné du cabinet d'avocats **Reed Smith** et d'**EOL**. « Cette signature nous conforte dans notre décision d'avoir lancé cette opération en blanc il y a deux ans. S-One se révèle parfaitement adaptée aux exigences des utilisateurs de premier ordre avec, notamment, un engagement fort sur le plan environne-

mental. Elle reflète aussi le maintien de la demande des professionnels dans un contexte sanitaire où la fonction logistique revêt une dimension capitale dans l'approvisionnement des bassins de consommation majeurs », commente **Beverley Kilbride**, présidente de LaSalle France. JMG Partners avait déjà réalisé une première plateforme, lancée en blanc et baptisée **First-One**, pour le compte de LaSalle Investment Management à **L'Isle-d'Abeau** (38), sur la commune de Saint-Quentin-Fallavier, et désormais commercialisée en totalité auprès de **Paredes**. ◆





RHÔNE COMMERCE / NÉGOCE

Paredes remporte un gros marché avec Total

Paredes (Genas ; CA 2020 : 210 M avec 650 pers.), entreprise familiale spécialisée dans les produits pour l'hygiène et les protections professionnelles, vient de remporter un important contrat pour l'équipement en produits et solutions d'hygiène dans les boutiques des 180 stations-service opérées par Argedis pour Total. Si, historiquement, les stations-service vendaient jusqu'alors les mouchoirs en papier distribués par Paredes, c'est

désormais la totalité des fournitures qui viennent s'intégrer au contrat de distribution. Celui-ci intègre également la fourniture de matériel nécessaire à la distribution des solutions d'hygiène dont une partie personnalisée aux couleurs de Total, soit près d'une cinquantaine de références. ■



Paredes remporte l'équipement hygiène et entretien des stations Total

PAREDES a été choisi par ARGEDIS, filiale du Groupe TOTAL pour équiper en solutions d'hygiène et d'entretien l'ensemble des stations-service qu'elle opère (180 stations-service en France). Plusieurs mois de travail collaboratif ont permis à **PAREDES** d'apporter une réponse s charges rigoureux d'ARGEDIS. **PAREDES** au niveau des solutions et du service qu'en garantie de sécurité et d'attentes éco-responsables du Groupe.

15% de remise et des cadeaux incroyables à gagner :

Rendez-vous sur notre site pour en profiter !

x



Paredes obtient la médaille or d'Ecovadis

Paredes a reçu pour la deuxième année consécutive la distinction or de la plateforme Ecovadis pour son engagement et son niveau de performance en matière de responsabilité sociétale des entreprises (RSE). **Paredes**, entreprise lyonnaise spécialisée dans l'hygiène et les protections professionnelles, obtient, avec un score de 68/100, la certification or décernée par l'agence de notation Ecovadis. Elle figure ainsi parmi les 5 % des entreprises les plus performantes de son secteur en matière de RSE. Cette nouvelle distinction illustre la consolidation des efforts de **Paredes** malgré le contexte sanitaire qui impacte l'activité du groupe. « L'obtention de cette médaille permet de matérialiser notre démarche RSE lancée depuis plusieurs années et donne ainsi tout le crédit à son niveau de performance, affirme Gaëtan Bree, responsable HSE/RSE. Nous en sommes très fiers surtout cette année où nous devons être sur tous les fronts. »

« Si cette reconnaissance souligne notre engagement et les moyens que nous avons déployés depuis plusieurs années, elle nous pousse à aller plus loin encore », déclare **François Thuilleur**, PDG de **Paredes**.

Paredes consolide ainsi les moyens et actions mis en œuvre dans le cadre de sa charte éthique et de sa démarche RSE « Vert l'avenir ». Le groupe s'efforce depuis plusieurs années de faire progresser sa démarche de responsabilité sociétale et de soutenir les objectifs de l'UN Global Compact dont il est membre depuis 2017. Il a déployé plusieurs initiatives : diminution de 55 % des consommations d'eau et de 20 % des consommations d'électricité par salarié en 5 ans ; 100 % des essuie-mains rouleaux issus des usines de transformation de ouate du groupe sont certifiés écolabel européen ; 70 % des déchets générés par le groupe sont valorisés.

Hygiène et entretien des stations Total

Paredes a été choisi par Argedis, filiale du Groupe Total, pour équiper en solutions d'hygiène et d'entretien l'ensemble des 180 stations-service qu'elle opère en France. Plusieurs mois de travail collaboratif lui ont permis d'apporter une réponse sur-mesure et modulable au cahier des charges rigoureux d'Argedis. **Paredes** a ainsi passé toutes les évaluations tant au niveau des solutions et du service qu'en garantie de sécurité et d'attentes écoresponsables.

François Thuilleur



l'hygiène et de la protection professionnelles en France (n°2 du marché) et en Italie, avec un chiffre d'affaires estimé à 210 M€ en 2020 (siège social à Genas). François Thuilleur cumulera cette fonction avec celle de directeur général du groupe. Il était devenu un actionnaire significatif de Paredes en juillet dernier et avait été élu administrateur du groupe en septembre. ■

Il est nommé président du conseil d'administration du groupe Paredes, l'un des leaders sur le marché de