



Revue de Presse

Janvier 2022

Toute photocopie de ce document doit être impérativement déclarée au CFC

Sommaire

Les dix décideurs qui ont marqué l'année 2021 Lyon Décideurs - 01/01/2022	3
Paredes ouvre un nouvel entrepôt en Ille-et-Vilaine Le Journal des Entreprises Rhône - Rhône - 01/01/2022	5
Paredes labellisé « Engagé RSE » services-proprete.fr - 13/01/2022	6
Rhône. Paredes veut être le numéro 1 de l'hygiène professionnelle en France lejisl.com - 31/01/2022	7
Le Covid-19 a changé le business du nettoyage Le progres.fr - 31/01/2022	8
Le Covid-19 a changé le business du nettoyage Le Progres - 31/01/2022	11

PAR LA REDACTION

Les dix décideurs qui ont marqué l'année 2021

① Davy Tissot, le couronnement

Il était le premier Lyonnais à défendre les couleurs de la France au Bocuse d'Or, il est devenu le premier Français vainqueur du concours depuis Thibaut Ruggieri en 2013. Quelques heures après avoir reçu les encouragements d'Emmanuel Macron, venu assister en personne au Dîner des Chefs en marge du Sirha en septembre dernier, Davy Tissot a fait remonter la France sur le toit de la gastronomie mondiale. « Je dédicace ce Bocuse d'Or à Monsieur Paul qui m'a donné le goût de la cuisine. Sans lui, je ne serais pas là. Ramener le Bocuse d'Or à la maison, c'est un rêve de gosse », déclarait l'enfant des Minguettes, ancien chef du restaurant d'application Saisons de l'Institut Paul Bocuse, après son sacre.

© Susie Wairoude



② Frédéric Merlin, nouveau prince de l'immobilier

Le jeune président de la Société des Grands Magasins (SGM), tout juste trentenaire, a signé cet été l'acquisition de sept magasins des Galeries Lafayette dans des villes de province. À la fois brillant, flambeur et à l'ambition sans limites, Frédéric Merlin, nouvelle figure montante de l'immobilier lyonnais, souhaite revitaliser ces 80 000 m² de surface de vente qu'il récupère. « Les Galeries Lafayette, c'est une marque puissante. Tout le monde a un souvenir, enfant, de s'être baladé dans l'un de ces magasins avec ses parents », savourait-il en septembre dernier dans ses bureaux installés rue de Bonnel.

© Marie-Ève Brouet



③ Jean-Philippe Pelou-Daniel transforme La Part-Dieu



© Marie-Ève Brouet

De retour à La Part-Dieu après un passage aux 4 Temps et au Cnit à La Défense, Jean-Philippe Pelou-Daniel a finalisé cette année le vaste chantier des extensions du centre commercial lyonnais initié en 2018. Avec l'inauguration de la nouvelle entrée côté ville « La Lanterne » en novembre 2020, et du toit-terrasse en juin dernier, La Part-Dieu, désormais rebaptisée Westfield La Part-Dieu, repart à l'offensive et vise les 40 millions de visiteurs à l'horizon 2024. De quoi affirmer sa place dans le top 5 des centres commerciaux les plus fréquentés d'Europe.

④ Marc Léonard dans le grand bain

À la tête depuis 2018 du groupe lyonnais Calicéo, acteur majeur de la balnéothérapie, Marc Léonard a annoncé mi-novembre avoir « sécurisé une première levée de fonds de 100 millions d'euros ». Porté par cette opération, l'une des plus importantes dans la région lyonnaise cette année, Calicéo entame une phase de déploiement visant à compléter son maillage territorial. L'enseigne part à la conquête de huit nouvelles destinations et projette d'exporter son concept dans plusieurs capitales européennes.



⑤ Thierry Pilat, nouveau boss de la Halle Tony Garnier

Nommé en février dernier à la direction de la Halle Tony-Garnier alors que la plus grande salle de concert lyonnaise était fermée à cause de la pandémie, Thierry Pilat





⑥ Ségolène Moyrand-Gros prend du galon

Ségolène Moyrand-Gros a pris en juin dernier la relève de son père Jacques Moyrand resté 25 années à la direction de Gattefossé, fabricant d'ingrédients pour les industries cosmétique et pharmaceutique. À tout juste 40 ans, elle prend la présidence d'une PME familiale qui lance le plus gros projet de son histoire avec la construction d'un nouveau site de production à 30 millions d'euros dans le Texas, qui doit être inauguré en 2024. « Je suis déterminée, fière et enthousiaste. Ce passage de témoin entre mon père et moi est une décision mûrement réfléchie et préparée de longue date », explique la nouvelle présidente, qui a effectué toute sa carrière dans l'entreprise familiale.

doit désormais faire face à une concurrence nouvelle dans la métropole entre la future Arena en construction sur le site d'OL Vallée et la première édition, cet été, d'un mega festival au stade de Gerland porté par Olivier Ginon. De quoi faire dire à Thierry Pilat qu'il doit « casser les codes et inventer de nouveaux formats d'événements » pour assurer l'avenir de la Halle Tony-Garnier.

⑦ Isabelle Huault lance le top départ du chantier Emylon



En plantant en octobre dernier le premier arbre du futur campus d'Emylon dans le 7^e arrondissement, Isabelle Huault a donné le top départ d'un chantier à 100 millions d'euros. La livraison du projet est attendue pour fin 2023, avec une arrivée des étudiants prévue en janvier 2024. « Que le campus d'Emylon devienne l'agora des transformations, lieu de production et de partage de connaissances pour les jeunes générations et les acteurs du monde socioéconomique, bâtisseurs d'une société plus juste, solidaire et respectueuse de la Planète », déclarait-elle aux côtés d'Alain Taravella, président fondateur d'Alteara, aux manettes du projet.

⑧ François Thuilleur gâte ses salariés

Le patron du groupe Paredes, spécialisé dans les produits d'hygiène, a versé une prime de 4247 euros à chacun de ses salariés en juillet dernier, indépendamment de son ancienneté dans l'entreprise.



« On leur a ensuite proposé de réinvestir tout ou partie de cette prime exceptionnelle dans une opération d'ouverture de capital, pour qu'ils puissent devenir actionnaires de Paredes », explique François Thuilleur. Une proposition acceptée par plus de 400 des 600 salariés français du groupe. « Certains ont même versé la totalité de leur prime plus des milliers d'euros d'économies personnelles. On a des salariés qui vont travailler pour eux-mêmes, et ça change complètement la relation à l'entreprise. »

Une opération qui aura permis à Paredes de lever plus d'1,1 million d'euros.

⑨ Côme Fouques lève 35 millions d'euros

Après avoir déjà levé 10 millions d'euros en 2019, le fondateur d'Indy, qui a mis au point une solution de comptabilité pour les indépendants, a bouclé en janvier dernier un tour de table de 35 millions d'euros. Le dirigeant de 33 ans, décidé à aller vite, entend accélérer son déploiement en France avant de se lancer à la conquête du marché américain. « Cette levée de fonds nous donne des moyens financiers dignes des plus belles start-up françaises. On a donc toutes les cartes en main pour devenir un leader de la comptabilité », affirmait-il en début d'année.



⑩ François Gaillard soigne ses adieux

Après dix-sept années passées à la direction générale d'OnlyLyon Tourisme et Congrès, François Gaillard a quitté ses fonctions fin novembre pour prendre la tête de l'association de promotion touristique France Montagnes. Directeur de l'office du tourisme depuis 2004, il est l'homme qui a boosté l'attractivité de Lyon pour en faire aujourd'hui une destination européenne majeure. Remplacé par Virginie Carton, son ancienne directrice générale adjointe, il aura permis à la ville de remporter le titre de 2^e meilleure destination urbaine d'Europe aux World Travel Awards 2021.



RHÔNE LOGISTIQUE

Paredes ouvre un nouvel entrepôt en Ille-et-Vilaine

Le groupe familial Paredes (221 M de CA en 2020, 650 salariés), spécialisé dans la distribution de solutions d'hygiène et de protection professionnelle à Genas (Rhône), investit 6 millions d'euros dans un nouveau site logistique à Bréal-sous-Montfort en Ille-et-Vilaine. Avec près de 6 500 palettes qui pourront y être entreposées, sa capacité de stockage sera multipliée par trois. Les travaux de cette nouvelle plateforme fonctionnelle de 6 000 m², baptisée « Ker Paredes », seront lancés en janvier pour une ouverture effective en janvier 2023. ■



Paredes labellisé « Engagé RSE »



Paredes, spécialiste de l'hygiène et de la protection professionnelles en France, voit sa politique responsable récompensée par l'obtention du label « Engagé RSE », décerné par Afnor Certification.

Paredes labellisé « Engagé RSE »

Paredes a obtenu, après évaluation de l'ensemble de ses activités, siège et directions régionales, le niveau confirmé du label « Engagé RSE », décerné par Afnor Certification. Cette distinction récompense la mobilisation du groupe en faveur du développement durable, la performance ainsi que la cohérence de sa politique RSE. Un audit sur site de cinq jours a été réalisé. Renouvelable tous les 18 mois, il repose sur 7 piliers : la gouvernance, les droits de l'homme, les relations et les conditions de travail, l'environnement, la loyauté des pratiques, les questions relatives aux consommateurs, les communautés et le développement local. C'est sur une base de 50 critères au total que l'Afnor évalue ainsi le niveau d'intégration d'une démarche durable dans la stratégie et le management de l'organisation et l'efficacité des mesures mises en place.

Ce label reconnaît le niveau de performance des pratiques responsables du groupe, qui répondent aux objectifs de développement durable des Nations Unies, en ligne avec la norme internationale ISO 26000. « *Ce résultat nous motive d'autant plus à inscrire nos actions dans la durée. Nos axes d'amélioration sont déjà intégrés dans un plan de progrès* », déclare Gaëtan Bree, responsable HSE/RSE. De quoi pousser le groupe à encore renforcer ses efforts, les moyens et les actions mis en œuvre dans le cadre de sa démarche RSE « Vert l'avenir ». Il s'engage depuis plusieurs années à faire évoluer sa politique. Plus de 70 % des déchets qu'il génère sont aujourd'hui valorisés (dont 100 % pour son usine de transformation de ouate), 100 % des essuie-mains rouleaux issus de Paredes Fab sont certifiés Ecolabel, et plus de 3 000 heures de formations ont été dispensées en interne. La mise en place d'un comité de pilotage RSE et l'évaluation au plus proche de l'impact carbone de ses activités sont d'autres initiatives envisagées.



Rhône. Paredes veut être le numéro 1 de l'hygiène professionnelle en France

Franck Bensaïd

Une croissance de chiffre d'affaires de + 30 % entre 2019 et 2020 pour atteindre les 221 millions d'euros, un chiffre d'affaires 2021 qui devrait être encore « en croissance », Paredes fait partie des gagnants de la crise sanitaire, puisque le numéro 2 du marché de distribution de produits d'hygiène et de la protection professionnelle en France lorgne désormais tout simplement sur la place de numéro un français et un statut « de champion européen » déclare François Thuilleur, PDG de l'entreprise Paredes. Des ambitions bien réelles selon le dirigeant qui souhaite atteindre les 500 millions d'euros de CA d'ici à 2030, dont 100 à 200 millions d'euros via des...



<https://cdn-s-www.lejssl.com/images/ECB7B431-8837-4CE3-BB0C-96E5B5B72C5A/FB1200/photo-1643384590.jpg>

François Thuilleur, PDG de l'entreprise Paredes. Photo Progrès /Franck BENSARD ■



Le Covid-19 a changé le business du nettoyage

Frank Viart

La crise économique et sanitaire a bousculé le marché de la propreté, en première ligne contre la pandémie sur les lieux de travail.

Les entreprises se sont adaptées, au point, pour certaines d'entre elles, d'y voir des opportunités de développement.

Les entreprises du secteur du nettoyage et de la propreté font preuve, peut-être plus que d'autres, de beaucoup de résilience depuis le début de la crise économique et sanitaire, il y a maintenant deux ans. Leurs clients, comme leurs salariés, ont dû répondre dès les premiers jours de la crise à la recherche du maximum de sécurité sanitaire sur les lieux de travail, à commencer par les bureaux, qui représentent plus de 35 % du chiffre d'affaires du secteur. Les entreprises l'ont fait, comme d'autres, sans y être préparées, sans disposer d'une quelconque expérience face au coronavirus, mais en étant sur le front, en première ligne, les plus exposées.

En première ligne

Deux ans plus tard et après cinq vagues de la pandémie, le secteur de la propreté commence à se stabiliser et à y voir un peu plus clair. Le premier confinement, brutal et inattendu, qui a bousculé voire bouleversé l'activité, a depuis fourni de l'expérience aux entreprises. Elles se sont tant bien que mal adaptées, au point pour certaines d'entre elles d'y trouver des opportunités de développement, comme pour la plupart des crises économiques. C'est par exemple le cas de la société Paredes. Basée dans le Rhône, spécialisée dans la distribution de produits d'hygiène et de la protection professionnelle, elle a changé de dimension, au point d'envisager d'atteindre la première marche de son secteur d'activité en France. L'enquête que nous publions ce mardi montre aussi que des entreprises ont profité de la crise, dans le bon sens du terme, pour développer des innovations, pour développer des compétences aussi, inconnues avant la crise économique et sanitaire.

Les entreprises ont pour la plupart réussi à traverser une période compliquée en comptant aussi sur leurs employés, que la crise économique et sanitaire a rendu plus visibles, alors même que leurs conditions de travail, encore souvent liées à des horaires décalés, sont très exigeantes sur le plan professionnel et personnel.

JURA. Ces sociétés sœurs ont su rebondir face à la crise sanitaire

Mars 2020. Après l'apparition de la Covid-19, les professionnels comme les particuliers sont à la recherche de gel hydroalcoolique. Aartugo, une entreprise jurassienne spécialisée en produits d'entretien et d'hygiène, décide alors de produire une solution en utilisant la formule de l'OMS. La distribution, elle, est gérée par Jura Clean. À la tête de ces deux sociétés, se trouve Franck Moriconi. « Quand il y a eu le premier confinement, nous ne savions pas trop à quoi nous attendre, retrace-t-il. Nous avions prévu de tout arrêter. Puis, il y a eu cette pénurie de gel pour une raison simple : il y avait peu d'offre et beaucoup de demande. »

Au-delà de la solution hydroalcoolique, Aartugo développe de nouveaux produits de désinfection pour les professionnels. Le succès est au rendez-vous : « Entre fin 2019 et début 2022, le chiffre d'affaires a augmenté de 45 % et le personnel a doublé. »



Des sociétés en développement

Pendant la crise sanitaire, Franck Moriconi a pourtant dû composer avec des pénuries de matières premières et d'importantes fluctuations d'activité. « Nous avons profité d'un pic, puis souffert pendant la fermeture des cafés, hôtels et restaurants, se souvient-il. À l'époque, ils représentaient 80 % de nos clients. »

Après quelques sueurs froides, les équipes se sont adaptées. « Au niveau commercial, nous sommes allés voir d'autres typologies de clients : des institutionnels, des industriels, etc., poursuit le dirigeant.

Aujourd'hui, nous avons cette nouvelle clientèle, tout en ayant récupéré l'ancienne »

Les sociétés sœurs sont en plein développement. Elles ont quitté Courlaoux pour s'installer à Dompierre-sur-Mont où, avec 3 500 m, elles ont plus d'espace pour développer leurs activités.

De nouvelles embauches sont prévues dans l'administration et la communication. Du côté des produits, une gamme destinée aux professionnels du bâtiment vient d'être élaborée. Depuis sa création, Aartugo veille également à réduire les emballages. « Nous avons senti une ferveur, conclut Franck Moriconi.

Nous sommes sortis de ce système où les produits viennent de Chine. Les gens ont besoin de savoir à qui ils s'adressent. »

C. L.

Orapi se recentre sur son cœur de métier

« Nous avons eu des périodes plus difficiles par le passé d'un point de vue purement financier. Notre endettement était au cœur de nos préoccupations. » En 2019, un accord a été passé avec un fonds d'investissement pour renforcer la trésorerie d'Orapi et restructurer sa dette. « Portant sur un financement destiné à financer l'exploitation, et le rachat de l'ensemble de l'endettement bancaire, aujourd'hui nous avons remboursé près de 75 % de notre dette, nous sommes optimistes sur l'avenir », nous confie le président du directoire.

Une action en bourse qui n'évolue pas

« Les valeurs des secteurs traditionnels comme le nôtre ne font pas rêver les investisseurs. Je reste persuadé que nous sommes sous-cotés. La valeur de l'action ne reflète pas nos efforts : désendettement effectué, recherche active, chiffre d'affaires en évolution, tous les feux sont au vert. »

Stratégie 2025

Dans le cadre du recentrage sur son cœur de métier d'acteur industriel, Orapi a conclu un protocole de cession de sa filiale Phem. « Cette filiale détenue à 100 % par le groupe est spécialisée dans le négoce, ainsi que des services associés, alors que notre cœur de métier est centré sur les produits d'hygiène et la maintenance. Après la cession de DACD, cette nouvelle opération s'inscrit dans le cadre de notre feuille de route 2025. Elle va surtout nous permettre de disposer de moyens supplémentaires pour le développement de nouveaux produits et va servir à l'amélioration de notre structure financière ». Ainsi répond Henri Biscarrat à d'éventuelles critiques sur le bilan financier de la société Orapi.

Un engagement national

Jean-Pierre Minjard est impliqué depuis longtemps sur les sujets de RSE (Responsabilité Sociale et Environnementale). Il s'occupe ainsi de ce sujet depuis près de 15 ans pour le compte de la Fédération Régionale des entreprises de propreté. Depuis l'année dernière, il est aussi le secrétaire général du FARE, le fonds d'innovation destiné à soutenir le développement économique et social des entreprises de propreté.



<https://cdn-s-www.leprogres.fr/images/B8A42402-B5CA-45F5-BB21-15B5B8B67123/FB1200/photo-1643642208.jpg>



https://cdn-s-www.leprogres.fr/images/B8A42402-B5CA-45F5-BB21-15B5B8B67123/NW_detail/title-1643642208.jpg

Nutrisens a encore faim de développement

INTERVIEW

Le Lyonnais Guillaume Decitre continue de prôner le livre numérique

LE PROGRES

ECONOMIE

Rhône

Ne peut être vendu séparément - Mardi 1^{er} février 2022

PAGE 6

COVID 19

Comment la filière propreté réagit



“ Au début de la crise, nous avions pour 16 millions d’euros de stocks de produits importés : des gants, des masques, des charlottes, des blouses, des surchaussures, etc. que nous avons pu livrer très facilement ”

François Thuilleur,
PDG de l'entreprise Paredes

SERVICES

Le Covid-19 a changé le bu

La crise économique et sanitaire a bousculé le marché de la propreté, en première ligne contre la pandémie sur les lieux de travail. Les entreprises se sont adaptées, au point, pour certaines d'entre elles, d'y voir des opportunités de développement.

Les entreprises du secteur du nettoyage et de la propreté font preuve, peut-être plus que d'autres, de beaucoup de résilience depuis le début de la crise économique et sanitaire, il y a maintenant deux ans. Leurs clients, comme leurs salariés, ont dû répondre dès les premiers jours de la crise à la recherche du maximum de sécurité sanitaire sur les lieux de travail, à commencer par les bureaux, qui représentent plus de 35 % du chiffre d'affaires du secteur. Les entreprises l'ont fait, comme d'autres, sans y être préparées, sans disposer d'une quelconque expérience face au coronavirus, mais en étant sur le front, en première ligne, les plus exposées.

En première ligne

Deux ans plus tard et après cinq vagues de la pandémie, le secteur de la propreté commence à se stabiliser et à y voir un peu plus clair. Le premier confinement, brutal et inattendu, qui a bousculé voire bouleversé l'activité, a depuis fourni de l'expé-



Les bureaux représentent plus de 35 % du marché de la propreté, devant les immeubles et l'industrie (source : le Monde de la Propreté). Photo d'ill

16

C'est en milliards d'euros le chiffre d'affaires réalisé en 2020 par les entreprises françaises du secteur de la propreté, en recul de 4 % par rapport à 2019 (source : le Monde de la Propreté). Les entreprises emploient environ 550 000 personnes, dont 81 % de CDI.

rience aux entreprises. Elles se sont tant bien que mal adaptées, au point pour certaines d'entre elles d'y trouver des opportunités de développement, comme pour la plupart des crises économiques. C'est par exemple le cas de la société Paredes. Basée dans le Rhône, spécialisée dans la distribution de produits d'hygiène et de la protection professionnelle, elle a changé de dimension, au point d'envisager d'atteindre la première marche de son secteur d'activité en France. L'enquête que nous publions ce mardi montre aussi que des entreprises ont profité de la crise, dans le

bon sens du terme, pour développer des innovations, pour développer des compétences aussi, inconnues avant la crise économique et sanitaire.

Les entreprises ont pour la plupart réussi à traverser une période compliquée en comptant aussi sur leurs employés, que la crise

“ Pour 85 % des Français, la propreté arrive en numéro un des facteurs de bien-être au travail. ”

Vincent Fischer.
Président du Spenra.

économique et sanitaire a rendu plus visibles, alors même que leurs conditions de travail, encore souvent liées à des horaires décalés, sont très exigeantes sur le plan professionnel et personnel.

Frank VIART

QUESTIONS À

Vincent Fischer, président du Spenra, le Syndicat des entreprises de nettoyage Rhône-Alpes.

« La problématique RH s'est exacerbée avec la pandémie »

Comment le secteur de la propreté a vécu cette interminable crise sanitaire ?

« À l'échelle de la région, nous représentons 2 000 entreprises qui emploient 60 000 salariés, nous avons été en première ligne pendant la crise sanitaire, on a eu une demande plus importante pour intervenir sur des activités de désinfection qui étaient jusque-là éphémères et qui représentent désormais quelques pourcents. Nos entreprises ont été certes en première ligne mais certaines d'entre elles ont énormément souffert car leurs clients étaient liés à l'hôtellerie, la restauration, les magasins, etc. qui ont fermé plusieurs mois. On peut dire que l'activité en 2021 n'a pas été trop mauvaise et qu'on devrait maintenir une belle activité en 2022 même s'il est diffi-

cile de faire face à la surchauffe que nous subissons en matière de recrutements. »

Cette surchauffe est-elle liée à la pandémie ?

« On peut dire que la problématique RH est un problème récurrent dans notre secteur qui s'est exacerbé avec la pandémie. Aujourd'hui, il est difficile, malgré nos efforts, de conserver nos forces vives, on est face à un taux d'absentéisme significatif à une époque où nos clients sont de plus en plus exigeants. Depuis une quinzaine d'années, on mène un combat pour le travail en journée, pour que les salariés de la propreté puissent travailler en continu, qu'on sorte du modèle d'horaires décalés, que nos clients en prennent conscience. Je crois que la crise sanitaire a favorisé ces chan-



Vincent Fischer. Photo Progrès/EEP

gements qui vont dans le bon sens pour avancer sur nos problématiques de ressources humaines. »

La problématique RH peut-elle enrayer la bonne marche de vos entreprises ?

« Non, on s'efforce de répondre à la demande exprimée. Pour 85 % des Français, la propreté arrive en numéro un des facteurs de bien-être au travail, alors je crois que notre profession a de belles perspectives d'avenir. »

Propos recueillis par F.B.

preuve de beaucoup de résilience depuis le début de la crise économique et sanitaire.

Business du nettoyage

LOIRE. Time Propreté dépoussière les techniques de nettoyage



Le nouveau process imaginé par Time Propreté fait chuter la consommation d'eau de 90 %. Photo Progrès/Philippe VACHER

Le secteur de la propreté peine à attirer des jeunes (et des moins jeunes aussi d'ailleurs). Encore plus dans cette période de pénurie généralisée de main-d'œuvre. En cause : la pénibilité du travail, les horaires encore très souvent décalés et l'image associée à ces métiers. Jean-Pierre Minjard, à la tête de Time Propreté à La Talaudière (145 salariés, soient 70 ETP ; chiffre d'affaires 2021 : 3 millions d'euros), en est cruellement conscient. Pour preuve, le peu de candidatures spontanées qu'il reçoit ces derniers temps et le faible taux d'acceptation des candidats fléchés par Pôle emploi.

Son entreprise, qu'il a créée en 1992, a pourtant pignon sur rue. Elle est spécialisée dans le nettoyage industriel : copropriétés, bureaux, commerces mais aussi salles de

spectacles (le Zenith et le Fil à Saint-Étienne) et ateliers des entreprises industrielles. Dans son portefeuille, environ 500 clients dont de grandes entreprises de la Loire comme Desjoyaux, SAG, Bennes Marrel, Urgo, Pasquier etc. Pour remédier à cette problématique du recrutement, Jean-Pierre Minjard est convaincu que la filière doit innover. Elle doit aussi réussir à convaincre les clients sur divers sujets : les horaires d'intervention par exemple ou l'utilisation de produits plus respectueux de l'environnement et des salariés.

Une nouvelle technologie

Depuis trois ans, Time Propreté développe ainsi une nouvelle technique de nettoyage combinant franges pré-imprégnées et eau ozonée. La formation des salariés est lon-

gue, l'aval des clients pas toujours facile à obtenir, mais à terme Jean-Pierre Minjard souhaiterait que cette méthode soit appliquée sur 80 % de ses chantiers. « Traditionnellement, les salariés du secteur portent des seaux d'eau de plusieurs litres, trempent leurs serpillières, essorent, etc. Avec les franges pré-imprégnées, nous leur évitons une manutention pénible et fatigante qui, à terme, peut provoquer des TMS (troubles musculosquelettiques). Nous faisons aussi chuter la consommation d'eau de 90 % », souligne l'entrepreneur. « Les salariés récupèrent les franges propres et préimprégnées sur un chariot mobile, puis les redéposent sur le chariot. »

Pas de produits chimiques

Ces franges sont imbibées, dans les ateliers de Time Propreté, d'eau ozonée grâce à une machine spéciale. « Il n'y a aucun produit chimique et en 24 heures, l'eau ozonée redevient de l'eau traditionnelle. Elle nettoie, désinfecte en profondeur. C'est bien mieux que des désinfectants agressifs ! » Pour atteindre son objectif de 80 % de chantiers traités de cette façon, Jean-Pierre Minjard a dû se pencher sur une problématique : les lieux non adaptés au passage du fameux chariot accueillant les franges. Comme les gradins des salles de spectacles par exemple ou les pièces trop étroites. « Nous avons beaucoup réfléchi et finalement, nous avons trouvé une solution avec T2S »

Un engagement national

Jean-Pierre Minjard, le PDG de Time Propreté, est impliqué depuis longtemps sur les sujets de RSE (Responsabilité Sociale et Environnementale). Il s'occupe ainsi de ce sujet depuis près de 15 ans pour le compte de la Fédération Régionale des entreprises de propreté. Depuis l'année dernière, il est aussi le secrétaire général du FARE, le fonds d'innovation destiné à soutenir le développement économique et social des entreprises de propreté.

Des gilets spéciaux

L'entreprise de Sorbiers, spécialisée dans la fabrication d'équipements de protection individuelle notamment les gilets jaunes, a ainsi travaillé avec Time Propreté sur un gilet spécifique capable d'accueillir les franges propres, les franges sales et équipés de leds pour proposer un halo lumineux appréciable dans les zones peu éclairées. Partageur, Jean-Pierre Minjard aura la primeur de ces gilets mais n'en aura pas l'exclusivité. Pour assurer la rentabilité de leur production par T2S, un accord a été conclu avec Comodis, distributeur régional de produits d'entretien et d'hygiène. Celui-ci pourra donc les commercialiser auprès des concurrents de Time Propreté. « Il ne s'agit pas d'une révolution mais d'une évolution qui participera à rendre plus positive l'image de nos métiers. »

Stéphanie GALLO-TRIOULEYRE

RHÔNE. Paredes veut être le numéro 1 de l'hygiène pro en France

Une croissance de chiffre d'affaires de + 30 % entre 2019 et 2020 pour atteindre les 221 millions d'euros⁽¹⁾, un chiffre d'affaires 2021 qui devrait être encore « en croissance », Paredes fait partie des gagnants de la crise sanitaire, puisque le numéro 2 du marché de distribution de produits d'hygiène et de la protection professionnelle en France lorgne désormais tout simplement sur la place de numéro un français et un statut « de champion européen » déclare François Thuilleur⁽²⁾, PDG de l'entreprise Paredes. Des ambitions bien réelles selon le dirigeant qui souhaite atteindre les 500 millions d'euros de CA d'ici à 2030, dont 100 à 200 millions d'euros via des opérations de croissance externe et « la production de nouveaux produits ». « Nous réfléchissons aujourd'hui à des opérations de croissance externe dans les pays voisins comme la Suisse et pourquoi pas une grosse acquisition en Allemagne », assure François Thuilleur qui chapeaute un groupe de 650 collaborateurs dont 225 à Genas⁽³⁾, 375 dans les

régions françaises, une cinquantaine en Italie.

« Nous avons tout simplement répondu avec réactivité aux besoins liés aux protocoles sanitaires, à la demande croissante sur la désinfection, etc. »

De tels projets ont été rendus possibles bien évidemment par le boom de la demande liée à la crise sanitaire à laquelle « nous avons tout simplement répondu avec réactivité aux besoins liés aux protocoles sanitaires, à la demande croissante sur la désinfection, etc. ». Le patron de Paredes qui réalise 85 % du chiffre d'affaires avec des produits issus du négoce⁽⁴⁾, le reste fabriqué⁽⁵⁾ dans son usine de Genas, a vu, en effet, sa politique « zéro rupture » couronnée de succès au plus fort de la pandémie. « Au début de la crise, nous avions pour 16 millions d'euros de stocks de produits importés : des gants, des masques, des charlottes, des blouses, des surchaussures, etc. que nous avons pu



François Thuilleur, PDG de l'entreprise Paredes. Photo Progrès/Fr. BENSARD

livrer très facilement », souligne-t-il. Et de poursuivre : « nous avons un stock estimé à 50 millions d'euros parce que nous sommes sur une logique long terme, nous sommes une entreprise familiale qui échappe à la dictature des prix bas. Je crois donc que la crise a réhabilité les stocks et mis en avant la sécurité des approvisionnements ». Une stratégie donc

coûteuse en immobilisations financières mais qui s'est révélée payante car Paredes, fournisseur notamment de 870 hôpitaux publics en France, n'a jamais été en rupture de stocks sur la majeure partie des 10 000 références proposées qui sont désormais toutes virucides.

Franck BENSARD

(1) Paredes qui avait fait le choix de sortir du CHR à la fin des années 2010, réalise 45 % de son CA avec la santé, 30 % avec l'industrie, le reste avec les collectivités publiques et les entreprises de propreté.

(2) Il détient 15 % du capital ; le reste est détenu par les héritiers de Simon Paredes, le fondateur du Groupe, à hauteur de 82 % et 3 % par les salariés.

(3) L'organisation logistique du groupe Paredes est déployée sur 9 sites régionaux du groupe et le Hub Paredes de 20 000 m² à Saint-Quentin-Fallavier (38).

(4) 80 % des produits fabriqués sont achetés en Europe. Les gants (550 millions d'unités écoulées en 2020) sont importés pour l'instant de Malaisie et de Chine. Paredes table sur un stock asiatique de 5 mois d'avance pour éviter la rupture.

(5) Paredes fabrique à Genas du papier toilette, du papier essuie-main et des draps à usage unique.