

Ils doivent leur succès à l'étranger

S'ils ont glané leur idée à l'étranger, c'est sur le sol français qu'ils ont construit leur succès. Une réussite qui les fait rayonner, aujourd'hui, hors de nos frontières. Et qui les pousse à renouveler l'expérience et à s'inspirer de l'étranger pour enrichir leur business.



Le Japon passe à table

Émilie Creuzieux, directrice générale de Monbento

Emporter son repas pour déjeuner sur le pouce : voilà ce que recherchait Émilie Creuzieux, alors kinésithérapeute, lorsqu'elle découvre, grâce à son conjoint designer, le bento... et la difficulté de s'en procurer en Europe. Face à ce constat, elle lance, en 2009, Monbento et commercialise notamment, via son site internet, ces boîtes à repas japonaises, ainsi que la britannique lunchbox. «*L'idée n'était pas d'importer des produits existants, mais plutôt de les réinventer pour les adapter à nos besoins*», confie la dirigeante. Dès 2011, Monbento ne distribue plus que ses propres créations, fusion du design français, du bento japonais et de la lunchbox. Et ça plaît. Ses références sont

distribuées dans plus de 1000 points de vente, répartis dans 60 pays. Après Hong Kong et New York, la PME vient d'ouvrir sa troisième filiale à Shanghai et compte, ainsi, renforcer sa présence sur les marchés étrangers qui représentent, aujourd'hui, 70 % de son chiffre d'affaires. Depuis 2009, Monbento a vendu plus d'un million de produits, enregistré, tous les deux ans, une croissance de 200 % de son chiffre d'affaires, et continue d'innover. En plus de ses deux nouvelles gammes, l'une pour les enfants et l'autre isotherme, la marque a lancé, cette année, son foodtruck, un concept américain. Une nouvelle inspiration étrangère que la dirigeante espère aussi fructueuse que la première.

- > **Activité** : création et commercialisation d'accessoires culinaires
- > **Ville** : Clermont-Ferrand (Puy-de-Dôme)
- > **Forme juridique** : SA à conseil d'administration
- > **Dirigeant** : Émilie Creuzieux, 32 ans
- > **Année de création** : 2009
- > **Effectif 2014** : 20 salariés
- > **CA 2014** : 3,6 M€

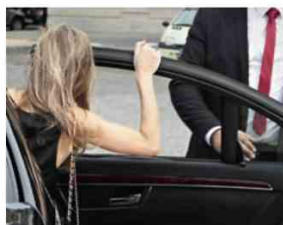


De l'Amérique à l'Europe, pieds au plancher

Yannick Hascoet, Othmane Bouhlal et Omar Benmoussa, dirigeants de Transcovo – Chauffeur privé

C'est à New York, à Montréal et à Londres que Yann Hascoet découvre les VTC (voitures de tourisme avec chauffeur). Bien décidé à importer cette alternative aux taxis, le jeune homme crée, aux côtés d'Othmane Bouhlal et d'Omar Benmoussa, Chauffeur privé. Dès mars 2012, l'offre est déployée pour le grand public avant de se déclinier, quelques mois plus tard, pour les entreprises. Bien lui en a pris, cette activité a doublé entre octobre et décembre 2014 pour représenter 15 % de son chiffre d'affaires actuel. «*Parmi nos clients, nous comptons le groupe Canal+-Itélé, pour qui nous assurons le transport des invités vers les plateaux*», indique le dirigeant. Leur flotte est

la deuxième de France, avec 2 500 chauffeurs, juste derrière l'Américain Uber. L'entreprise recrute, chaque semaine, entre 80 et 100 nouveaux chauffeurs et a lancé, fin novembre, une campagne pour attirer 2 000 nouvelles recrues. Pour pallier le manque de formation, la structure vient d'ouvrir sa propre école, et propose des sessions trois à cinq fois moins chères que les organismes traditionnels. Après s'être implantée à Cannes à l'occasion du dernier festival, elle couvre 68 villes en Île-de-France et Côte d'Azur et compte, cette année, s'exporter dans quelques grandes métropoles de pays limitrophes, pour le moment gardées secrètes.



- > **Activité :** voitures de tourisme avec chauffeur
- > **Ville :** Paris (II^e arr.)
- > **Forme juridique :** SAS
- > **Dirigeants :** Yannick Hascoet, 30 ans, Othmane Bouhlal, 30 ans, et Omar Benmoussa, 31 ans
- > **Année de création :** 2011
- > **Effectif 2014 :** 35 salariés
- > **CA 2014 :** 15 M€



Les États-Unis, terrain de (leurs) jeux

Morgane et Emmanuel Laurençon, dirigeants de Creative Imports

Au printemps 2013, Morgane et Emmanuel Laurençon vivent en Floride avec leurs enfants et découvrent le phénomène Rainbow Loom : des bracelets en élastiques colorés à assembler soi-même. Flairant la tendance, le couple contacte l'inventeur américain et négocie la distribution exclusive des produits en France et dans les pays limitrophes francophones. De retour à Quimper, ils démarchent les distributeurs de jouets hexagonaux, séduisent l'enseigne La Grande Récré,

puis des commerçants indépendants, des librairies et des réseaux comme Majuscule, la Fnac ou Nature & Découvertes, pour constituer, aujourd'hui, un réseau de 800 points de vente. «*En un peu plus d'un an, 450 000 kits et deux millions de sachets d'élastiques ont été vendus*», se réjouit Emmanuel Laurençon. L'offre s'étend, désormais, à six produits, dont des montres et des livres, et à 80 couleurs d'élastique. Ayant cédé les droits pour le Luxembourg et

la Belgique, Creative Imports s'exporte, depuis juin dernier, en Afrique francophone. Mais la mode des Rainbow Loom s'essouffle déjà. Qu'importe, les dirigeants ont assuré leurs arrières. Ils viennent d'annoncer leur nouveau produit phare : un jeu de construction connecté. Un produit qu'ils importent... des États-Unis.

- > **Activité :** vente de jouets
- > **Ville :** Quimper (Finistère)
- > **Forme juridique :** SAS
- > **Dirigeants :** Morgane et Emmanuel Laurençon, 41 et 42 ans
- > **Année de création :** 2013
- > **Effectif 2014 :** 6 salariés
- > **CA 2014 :** 9 M€





L'équipement culinaire a son master chief

Wilfrid André, président de Kitchen Academy

Ses magasins sont une caverne d'Ali Baba pour la cuisine. Grand gourmand et fils de cuisiniste, Wilfrid André, créateur de l'enseigne Alice Délice en 2002, se rêvait restaurateur depuis ses études. Le destin en décidera autrement. Lors d'un déplacement aux États-Unis, ce chef de marché chez Decathlon découvre la chaîne américaine d'arts de la table William Sonoma. De là naît l'idée d'un magasin de gadgets et d'ustensiles pour rendre la cuisine plus facile et plus ludique. « *Je voulais rendre ses lettres de noblesse à un concept qui aurait dû naître en France* », indique le chef d'entreprise. Pour parfaire son idée, il teste ses premières gammes

de produits sur la clientèle de son père, propose des démonstrations et met en scène ses produits. Face à leur succès, il ouvre son premier point de vente à Lille, organisé autour d'un espace de vente et d'un atelier pour les animations et les cours de cuisine. Un dynamisme commercial qui le différencie de la concurrence, et notamment des rayons de supermarché. Aujourd'hui, l'entreprise détient une vingtaine de magasins en propre et en gère dix en franchise, en France et en Belgique, dans lesquels se pressent, chaque année, un million de clients. Et elle compte poursuivre son déploiement sur un rythme de cinq à six ouvertures par an.



- > Nom commercial : Alice Délice
- > Activité : équipements culinaires
- > Ville : Avelin (Nord)
- > Forme juridique : SAS
- > Dirigeant : Wilfrid André, 44 ans
- > Année de création : 2002
- > Effectif 2014 : 140 salariés
- > CA 2013 : 125 M€



L'Asie l'illumine

Ludovic Labidurie, président de Neolux

« *Le déclic pour créer Neolux a eu lieu au Japon, lors d'une visite du laboratoire R&D de l'entreprise Nichia. J'ai réalisé la révolution technologique qu'était la led et son potentiel sur le marché de l'éclairage* », se souvient Ludovic Labidurie. Pendant deux ans, il suit l'évolution de la technologie, avant de lancer, en 2007, Neolux. « *L'idée était de réunir, dans une même entreprise, des compétences d'ingénierie en optique, en électronique et en mécanique, pour concevoir et fabriquer des luminaires adaptés aux led* », détaille-t-il. La PME développe des produits pour l'aménagement intérieur – boutiques, caves à vins, musées –, pour les logements et les infrastructures collectives

(complexes sportifs, parkings, etc.), et pour les bâtiments industriels. Dès ses débuts, il séduit des clients comme la marque de montres de luxe Roger Dubuis, le joaillier Chopard ou le groupe JC Decaux, pour le rétroéclairage de ses panneaux d'affichage de Londres à São Paulo. « *Nous réalisons 30 % de notre activité dans une quinzaine de pays du monde, principalement sur nos gammes pour les bijouteries et les caves à vins* », s'enchant le dirigeant. L'entreprise vient d'obtenir son homologation pour conquérir le marché américain.

- > Activité : conception et fabrication de systèmes d'éclairage led
- > Ville : La Chapelle-Vendômoise (Loir-et-Cher)
- > Forme juridique : SAS
- > Dirigeant : Ludovic Labidurie, 47 ans
- > Année de création : 2007
- > Effectif 2014 : 30 salariés
- > CA 2014 : 3,5 M€

