



Les Brèves d'ESTER

N°62

UN UNIVERS D'INNOVATION EN LIMOUSIN

Photos 1, 3 et 4 : ©JC Dupuy pour le Pôle Européen de la Céramique / Photo 2 : ©Ville de Limoges



L'évènement

La céramique dans tous ses états.

Deux rendez-vous internationaux mettent ce mois-ci la céramique à l'honneur. **En Chine, c'est à Jingdezhen (province du Jiangxi), principal centre producteur de céramiques chinoises, qu'aura lieu la Foire internationale des céramiques.** Capitale de la porcelaine chinoise, Jingdezhen est particulièrement connue pour sa porcelaine bleue et blanche, où elle est fabriquée depuis 10 siècles. En plus des forums et des rencontres sur l'histoire de la porcelaine chinoise y seront présentées des porcelaines de qualités exceptionnelles. Autre capitale mondiale de la porcelaine, Limoges y tiendra un stand avec ses partenaires (porcelainiers, écoles d'ingénieurs,

entreprises d'ESTER...), pour exposer et exporter savoir-faire et tradition locaux.

Ceramitec, le salon international des machines, appareils, installations, procédés et matières premières pour la céramique et la métallurgie des poudres, organisé à Munich, sera pour sa part davantage consacré aux céramiques techniques. Au sein du pavillon « France », le Pôle Européen de la Céramique réunira là aussi plusieurs acteurs locaux, dont ESTER Technopole, au sein d'un stand collectif. Parmi eux, 10 entreprises seront représentées (8 pour le Limousin, 1 pour l'Aquitaine et 1 pour Midi-Pyrénées), aux côtés de chercheurs et institutionnels.

3 questions / 3 réponses

Jean-Marie Jacquet, Responsable de Sorevi

Spécialiste des revêtements anti-usure, Sorevi a conquis le monde de la Formule 1 avec le Cavidur, utilisé à des fins mécaniques pour renforcer la performance et la durée de vie des pièces moteur. L'entreprise, qui fête cette année ses 20 ans, poursuit l'exploitation du procédé en se diversifiant.

Comment a évolué l'entreprise en 20 ans ?

L'histoire de Sorevi est une belle histoire de travail scientifique, avec la mise au point à Limoges d'une application devenue une référence internationale dans le monde de la haute compétition. Depuis 2001, Sorevi est soutenu par le groupe Belge Bekaert et bénéficie de son concours financier et technologique. Nous sommes aujourd'hui engagés dans une démarche de diversification, pour être moins dépendants de la formule 1.

Quelles sont vos pistes de diversification ?

Sur le marché de la compétition automobile, notre challenge est de diminuer les coûts, pour faire face à la pression économique due à l'évolution du règlement. Nous cherchons également à investir le marché des autres compétitions automobiles et à nous rapprocher des distributeurs pour éventuellement toucher les particuliers. Nous travaillons en parallèle sur de nouvelles applications, pour l'industrie et la mise en forme des métaux. Là aussi notre technologie pourrait augmenter la longévité des pièces.

Quel est le rôle de la R&D dans votre développement ?

Sorevi reste une entreprise innovante qui maintient constants ses efforts de R&D. C'est une voie qui nous permet de capitaliser sur le futur. Nos projets concernent toujours le secteur de la compétition automobile, et l'amélioration de la performance des moteurs. Nous achevons un projet avec le Pôle Européen de la Céramique et venons d'en débiter un nouveau en collaboration avec le département matériaux de l'ENSIL et le laboratoire SPCTS (Science des Procédés Céramiques et Traitements de Surface) de l'Université de Limoges.



Retrouvez l'intégralité de cette interview sur www.ester-technopole.org

Début septembre, l'agence de marketing interactif et relationnel publiait un livre blanc sur le marketing de l'attention. Un nouveau concept qui place le consommateur au centre et bouleverse la notion de valeur de marque.

GroupeReflect prône l'attention marketing comme indicateur de performance des marques

Est-il aujourd'hui suffisant pour une marque de prendre la parole pour exister, gagner des parts de marché et fidéliser les consommateurs ? Ou la vraie performance d'une marque repose-t-elle sur l'appropriation que s'en font les consommateurs, et sur l'attention qu'ils lui portent ? Avec son livre blanc sur l'attention marketing, groupeReflect a tranché : il ne sert à rien de marteler un message, l'objectif est de susciter l'attention.

Point de départ de cette réflexion, la mutation du marché du web, passé en une dizaine d'années de pratique de technicien à outil marketing. « Internet a changé le paysage médiatique jusqu'à devenir un media à part entière », explique Manuel Diaz, CEO de groupeReflect. L'ère de la réclame semble belle et bien terminée, et l'efficacité de la publicité, construite sur le modèle du marketing de l'interruption, est en perte de vitesse. « Si le marketing interruptif traditionnel reste nécessaire pour marquer sa présence et « allumer la mèche », il est aujourd'hui insuffisant, poursuit Manuel Diaz. Aujourd'hui, 98 % des internautes tiennent compte des avis et commentaires émis par leurs pairs, et l'expérience des clients est la première source de recrutement des nouveaux consommateurs d'une marque. »

Dans la saturation médiatique ambiante, le web peut paradoxalement permettre aux marques d'émerger, de se renouveler et de conclure un nouveau contrat avec le consommateur. **Le temps d'exposition, le nombre de clics ou d'impressions ne sont plus les indicateurs fiables de la**

performance des marques, supplantés par l'attention que le consommateur décide ou non de porter à la marque. « Cette notion recouvre tout ce qui participe de la notoriété, de l'interactivité, de l'engagement, de l'esprit communautaire et de la co-innovation » complète Manuel Diaz. Le web, qui à lui seul absorbe tous les autres supports media, apparaît donc comme le support idéal au déploiement de nouvelles stratégies marketing. Pour les marques, cette mutation parfois délicate à aborder présente néanmoins des avantages. « Le web permet de faire du sur-mesure, il y est plus facile de cibler les gens et de passer à une stratégie de service. Financièrement, le coût à l'entrée est nettement

plus faible, et les taux de transformation et d'efficacité commerciale sont beaucoup plus élevés ».

« Indépendamment de la taille du budget, le web sait marier créativité et performance au service du business »

Fidèle à son concept du marketing de l'attention, groupeReflect propose à ses clients la construction de programmes relationnels basés sur le digital.

C'est le cas pour Krys, pour qui l'agence a initié un renouvellement total sur le web, en invitant les clients à tester leurs lunettes en ligne, grâce à un configurateur. Succès total pour la marque, avec en 3 semaines, 300 000 visites et 70% de bons de réduction générés via le site web. Pour le quotidien Libération, groupeReflect a créé une nouvelle plateforme pour ouvrir un espace d'échange et différencier le journal de ses concurrents en proposant un concept communautaire. En un mois, le site enregistrait 8042 nouveaux inscrits et plus de 80 000 commentaires. Ces recettes, l'agence les a toujours appliquées à elle-même. Créée en 1997, elle a évolué et adapté son offre en même temps que le web changeait de modèle. Première agence à avoir lancé son blog dès 2004 – près de 60% de ses contacts commerciaux en sont issus -, elle ne propose et diffuse son livre blanc que sur son site Internet, comptant sur le bouche à oreilles. En quinze jours, il a été téléchargé 600 fois. « Ce sont les secteurs du tertiaire, du service et des medias les plus en avance sur le sujet » commente Manuel Diaz, qui réfléchit déjà à un second volet dédié à la distribution de masse, la plus touchée par le phénomène, mais aussi la plus tourmentée.

Fondateur de ce nouveau concept et de l'Attention Rate, l'outil d'évaluation de la performance des marques qui l'accompagne, **groupeReflect, poursuit l'objectif de poursuivre sa croissance et d'entrer dans le top 5 des agences européennes.** Déjà membre du groupe européen Emakina, groupeReflect s'appuie sur une équipe de 300 personnes sur 3 pays, dont 42 en France. Au sein de ce dispositif, le siège social de Limoges, implanté sur le parc d'ESTER, reste le centre de production pour les budgets français et européens.



Manuel Diaz



En bref

Environnement

EXPERTSOLAIRE RAYONNE SUR ESTER

ExperSolaire, basé à Grenoble et principalement implanté en région Rhône-Alpes, a choisi la Technopole pour se développer. Spécialisée en énergie solaire photovoltaïque, l'entreprise a choisi Limoges pour rayonner sur le Limousin et les départements limitrophes. Avec en moyenne 1050 heures pleine puissance par an, le Limousin bénéficie de niveaux d'ensoleillement très satisfaisants pour le solaire photovoltaïque. « Il y a une très forte amplitude entre le Nord et le Sud de la région, et en fonction de l'altitude, mais le Limousin, tout comme la partie centrale du territoire Français, peuvent accueillir des générateurs solaires photovoltaïques performants », explique Benjamin Lecomte, gérant de l'entreprise. Forte d'un chiffre d'affaires de 2,5 millions €, ExpertSolaire a débuté plusieurs réalisations en région depuis un an, et s'appuie sur une équipe locale de 3 personnes (15 salariés en France au total). « Nous sommes à la fois bureau d'études et société d'installation, et c'est la maîtrise technique qui fait notre différence », précise Benjamin



Lecomte, qui insiste par ailleurs sur le travail de pédagogie et de conseil nécessaire pour mettre en place la solution la plus adaptée au client. ExpertSolaire s'adresse aux collectivités, aux industriels et aux exploitants agricoles, mais aussi aux particuliers, dans une démarche où priment cohérence et performance. Mais les perspectives ne sont pas les mêmes en fonction des clients : si un industriel peut couvrir jusqu'à 30% de ses besoins en électricité en fonction de son activité et des surfaces de toiture dont il dispose, un

particulier peut espérer les compenser en quasi-totalité (hors chauffage). Si pour l'heure ce mode de production d'électricité plafonne à 0,1% de la production d'électricité globale, l'enjeu est de passer à 1% d'ici quelques années, pour contribuer à répondre aux exigences de l'Europe en la matière, qui fixe l'objectif d'énergie renouvelable à 20 % de la consommation d'énergie finale d'ici 2020.

www.expertsolaire.fr

INITIATIVE ECO CITOYENNE SUR LE PARC D'ESTER



Les élèves de l'ENSIL (Ecole Nationale d'Ingénieurs de Limoges) mèneront le 10 octobre une action éco-citoyenne destinée à nettoyer le parc technopolitain et à ramasser les déchets épars. Cette initiative, organisée en partenariat avec la Délégation d'ESTER, fait également partie d'un programme d'intégration des nouveaux élèves, pour sensibiliser les jeunes à l'environnement et à l'écologie. L'an dernier, la même action avait été conduite sur la commune d'Aixe sur Vienne, pour nettoyer les bords de Vienne.

Eau

DESCENTE DU MICROTUNNELIER « AGNÈS »

Le chantier du collecteur d'eaux pluviales pour ESTER Technopole vient d'entrer dans une nouvelle phase avec la descente en fonds de puits et l'entrée en action, le 10 septembre dernier, du micro-tunnelier chargé de creuser la canalisation. Baptisé Agnès le 16 juillet, le micro-tunnelier est piloté par ordinateur depuis la surface grâce à une station de guidage gyroscopique embarquée. Sa mission ? Creuser 550 des 700 m



Descente du micro-tunnelier

linéaires du collecteur, et notamment passer sous la ligne SNCF Paris-Toulouse, pour accéder à la Vienne. Le collecteur, réalisé par la SELI pour le compte de la Communauté d'Agglomération Limoges Métropole, permettra ainsi d'assurer le transit des eaux pluviales de la sortie des bassins de retenue d'ESTER jusqu'à la Vienne. Situé à la frontière du parc technopolitain, cet ouvrage exceptionnel restera invisible, enterré, pour ne pas dénaturer le paysage. Les travaux, débutés en janvier 2009, devraient s'achever au printemps 2010.

Matériaux

50 ANS DE RECHERCHES POUR LE BRGM

Fondé le 23 octobre 1959, le Bureau de Recherche Géologique et Minière fête ses 50 ans.

Détenteur de l'histoire des sols français, le BRGM est l'établissement de référence dans le domaine des Sciences de la Terre pour gérer les ressources et les risques du sol et du sous-sol. Il s'appuie sur une équipe de 1000 personnes, dont 800 ingénieurs et techniciens. Son bureau régional, installé en Limousin depuis plus de 40 ans, et sur ESTER depuis 2000, a pu recueillir, archiver et structurer des informations géologiques, minières, hydrogéologiques sur la nature et le comportement des terrains constituant le sous sol régional. **L'unité de Limoges, composée de 3 personnes, dispose également d'une bonne connaissance des enjeux majeurs régionaux,** qu'il s'agisse de ressources en eaux, d'aménagement, de risques de mouvements de terrains ou de pollution des sols.

www.brgm.fr

Entreprises

NOUVEAUX SERVICES DU CLUB ESTER

Pour la saison 2009/2010, le club propose de nouveaux services culturels, grâce à la signature d'une convention de partenariat avec l'ensemble des centres culturels de Limoges et l'opéra théâtre. La formule permet à toute entreprise adhérente de bénéficier de tarifs préférentiels sur les spectacles et manifestations au programme. Ce partenariat s'ajoute à celui qui lie le club ESTER au Théâtre de l'Union depuis 2008, renouvelé pour la saison. Le club ESTER, dont la principale mission est de créer une dynamique économique, s'adresse à toutes les entreprises du parc attachées aux échanges, pour « faire des affaires » ou partager des moments de détente.

Innovation

3 PRIORITÉS DE RECHERCHE À 4 ANS

La stratégie nationale de recherche et d'innovation à 4 ans a été dévoilée le 08 juillet par le ministre de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Valérie Pécresse. Une ligne directrice fixée à l'issue d'un travail de prospective scientifique qui a regroupé pendant 6 mois 600 personnalités de la recherche, de l'entreprise et du monde associatif, et qui a permis d'identifier 3 priorités de recherche : « la santé et les biotechnologies », « l'urgence environnementale et les écotecnologies », « l'information, la communication et les nanotechnologies ». Pour Valérie Pécresse, l'objectif est avant tout de « répondre aux défis de notre temps ».

Cette stratégie devrait être validée en conseil des ministres dans le courant de l'automne.

Recherche

L'ENSCI INTÈGRE LE RÉSEAU POLYMÉCA

Après avoir rejoint la fédération Gay Lussac en 2008, l'ENSCI (Ecole Nationale Supérieure en Céramique Industrielle) vient d'intégrer le Polyméca, un réseau d'écoles nationales supérieures dont le profil de formation comprend une base commune en ingénierie et mécanique. Polyméca regroupe aujourd'hui 7 écoles (ENSMA, ENSMM, ENSIAME, ENSI de Bourges, ENSIETA de Brest et ENSCI) fédérées autour d'axes de développement communs.

L'intégration à Polyméca va permettre à l'ENSCI, seule école en France spécialisée dans la céramique et plus largement dans le domaine des matériaux, d'élargir son réseau d'entreprises partenaires et d'offrir la possibilité à ses étudiants d'effectuer des stages ou même leur troisième année au sein d'une école du réseau. Des pratiques qui répondent aux objectifs de Polyméca : favoriser la recherche, développer les relations industrielles, faciliter les échanges internationaux ou encore communiquer d'une seule voix.

Pour l'ENSCI, l'appartenance au réseau Polyméca est la reconnaissance de la qualité de sa formation et de son activité scientifique en chimie, génie chimique et mécanique. **L'Ecole a également récemment obtenu la certification ISO 9001 pour son activité d'enseignement.** Cette autre preuve de l'engagement de l'ENSCI au service de la qualité est aussi un gage de confiance important pour les étudiants, les recruteurs ou les financeurs.

L'agenda

- **6 - 8 OCTOBRE**
FORUM 4S
Paris Nord Villepinte – Halls 1 et 2
- **8 OCTOBRE**
L'ENJEU CLIMATIQUE
Rencontre avec Jean-Louis Etienne
ESTER Technopole – Forum – 20h30
- **14 OCTOBRE**
L'AVENIR EN CONFIANCE
Conférence de Michel Godet
ENSIL – 18h30
- **15 - 16 OCTOBRE**
5ÈMES JOURNÉES DU CANCÉROPOLE GRAND SUD OUEST
Rencontres scientifiques annuelles entre équipes du cancéropole
Limoges – Faculté de droit
- **20 - 23 OCTOBRE**
CERAMITEC
Salon • Munich - Allemagne
- **18 - 22 OCTOBRE**
FOIRE INTERNATIONALE DES CÉRAMIQUES
Jingdezhen • Chine
- **22 OCTOBRE**
PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE : EST-CE LE DROIT DE POSSESSION EXCLUSIF SUR UNE IDÉE, UN CONCEPT ?
Conférence • ESTER Technopole
salle Hermès - 17h00
Organisé par le RDT
et le club ESTER Entreprises



Photo : ville de Limoges

Lettre mensuelle • N°62 • octobre 2009

ESTER Limoges Technopole • BP 6901 • 87069 Limoges CEDEX

Tél. 05 55 42 60 00 • Fax 05 55 42 60 05 • ester@ester-technopole.org

Directeur de la publication : Fabrice Macquet • Comité de rédaction : l'équipe d'ESTER • Rédaction : Céline Auzanneau

Crédits photos : ESTER Technopole, Jacques Charon, Yves Bayard@ADAGP Paris 2009, Ville de Limoges, Pôle Européen de la Céramique et ExpertSolaire

Imprimé par Graphicolor (imprim'vert), sur papier issu de forêts durablement gérées • Conception graphique : ITI communication (ISO 14001) • ISSN : 1779-885X