

BUDGET 2019 Un budget responsable P. 3



LE PRODUIT
RÉGIONAL
Un label pour
la charentaise
P. 20



CULTURE & DÉCOUVERTE
Carnet de marche
à Bayonne P. 16

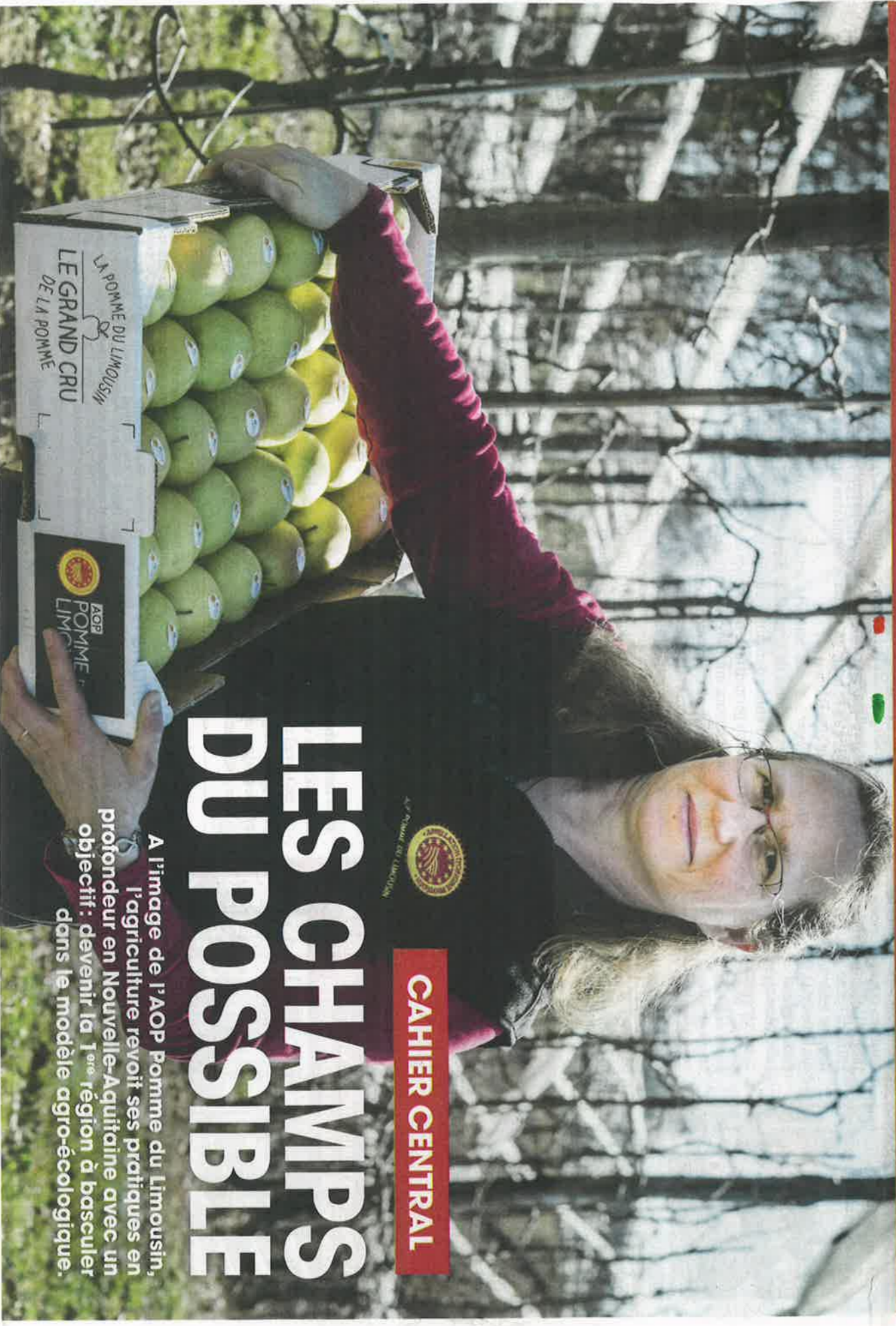
LANDES
Rien ne se jette,
tout se transforme P. 9

NOUVELLE-AQUITAINE

Journal d'information de votre région

N°6 PRINTEMPS 2019

Nouvelle-Aquitaine.fr



CAHIER CENTRAL

LES CHAMPS DU POSSIBLE

A l'image de l'AOP Pomme du Limousin, l'agriculture revêt ses pratiques en profondeur en Nouvelle-Aquitaine avec un objectif : devenir la 1^{ère} région à basculer dans le modèle agro-écologique.

PROXIMITÉ

■ **HAUTE-VIENNE LIMOGES** Entreprise familiale rayonnant dans le secteur de la porcelaine depuis plus de cent ans, Bernardaud réalise déjà 67 % de son chiffre d'affaires à l'export et souhaite cibler de nouveaux territoires et une nouvelle clientèle.

À l'assaut des grandes tables internationales

Née à la fin du XIX^e siècle, l'entreprise familiale Bernardaud, aujourd'hui Entreprise de patrimoine vivant (EPV), a toujours travaillé à améliorer son outil de production et à se positionner sur des marchés porteurs. La société et ses 340 salariés conçoivent, réalisent et distribuent des produits en porcelaine dans le domaine des arts de la table, des bijoux et de la décoration exploités sous les marques Bernardaud et Ancienne Manufacture Royale.

Toujours en phase avec l'évolution des tendances du secteur des arts de la table, Bernardaud a proposé des articles Art déco dans les années 1920, collaboré avec le designer Raymond Loewy dans les années 1960 et propose aujourd'hui des pièces réalisées avec Jeff Koons ou JR. Afin d'assurer son expansion sur le marché du luxe à l'interna-

tional, Bernardaud s'installait à New York dès 1911. Michel Bernardaud, arrière-petit-fils du créateur de l'entreprise, dirige la société depuis 1994 et veille à ce que certains savoir-faire, comme la technique du décor en incrustation, se perpétuent. « Ce qui nous anime dans nos collaborations avec les artistes ou les designers par exemple, c'est de réfléchir avec eux afin de respecter leur œuvre tout en poussant les limites techniques de notre métier », explique-t-il.

Conquérir les marchés émergents

Dans un domaine en constante mutation, l'entreprise investit dans des projets de recherche de nouveaux procédés et de produits innovants, en collaboration avec des scientifiques et des industriels. Le chiffre d'affaires de l'entreprise est réalisé à 70 % par des clients particuliers et à 30 %

par l'hôtellerie-restauration. Le groupe réalise 67 % de son chiffre à l'export vers les États-Unis. Les autres principaux marchés à l'export sont l'Europe, l'Asie et le Moyen-Orient (grands magasins, restaurants étoilés, grandes chaînes hôtelières, casinos). Le marché traditionnel de la vente par le biais des détaillants étant révolu, Bernardaud souhaite dynamiser sa politique commerciale.

Elle est accompagnée par la Région Nouvelle-Aquitaine dans ce projet à hauteur de 130 000 euros afin de gagner de nouveaux clients dans les marchés de l'hôtellerie-restauration et de l'art, dans des régions géographiques sous-exploitées ou très peu ciblées, telles l'Asie et l'Europe du Nord, de l'Est et du Sud. La vente en B to B

Michel Bernardaud, dirigeant de l'entreprise familiale depuis 1994.

« LA RÉGION ACCOMPAGNE L'ENTREPRISE DANS SA STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT À L'INTERNATIONAL. »



JEAN-BAPTISTE MILLOT

après des grands restaurants, hôtels, galeries d'art et grands magasins sera privilégiée, avec une prospection sur le terrain et à travers des prises de contacts lors de salons ou de foires. « Nous mettons l'accent sur le développement de l'hôtellerie haut de gamme, en fort développement dans le monde entier. Sans jamais déroger sur la qualité ni la

créativité, nous utilisons toutes les nouvelles technologies à notre disposition afin d'aller de l'avant, d'offrir toujours mieux, tout en essayant d'avoir des prix acceptables pour le marché », confie Michel Bernardaud au lendemain de sa certification IG Porcelaine de Limoges, aux côtés de 11 autres porcelaniers de Haute-Vienne, le 31 janvier dernier.

■ **LANDES SAINT-GEOURS-DE-MAREMNE** Ouateco œuvre depuis dix ans dans le recyclage du papier. Pour la nouvelle décennie approchante, elle s'est trouvée un autre défi : revaloriser les montagnes de vêtements jetés chaque année. Une démarche bénéfique pour l'environnement et pour l'économie locale.

Rien ne se jette, tout se transforme

orsque l'on demande à Thierry Toninuti de résumer en une phrase son entreprise, il répond par deux mots : bon sens. Une philosophie qui a guidé le projet dès sa création avec la construction du bâtiment qui abrite Ouateco. Écologique, la construction est entièrement érigée avec des matériaux biosourcés. « C'est en totale cohérence avec notre démarche ; pour une fois, nous sommes les cordonniers les mieux chaussés », s'enthousiasme le gérant de cette SARL familiale. Associé à sa compagne, sa sœur et son père, il fonde en 2009 cette société spécialisée dans la fabrication d'isolant écologique à partir de la ouate de cellulose.

Chaque jour, l'usine de Saint-Geours-de-Maremne traite vieux livres et vieux journaux



JOËL PEYROU

pour en faire un matériau isolant performant. Une fois broyée, dépolluée, raffinée et débribrée, la presse obsolète se transforme en ouate prête à l'emploi.

Elle sera par la suite soufflée par des artisans dans les parois et les toitures des constructions. La technique existe depuis les années 1940 au Canada et est ré-

Thierry Toninuti, fondateur de Ouateco.

utilisée dans les parois et les toitures des constructions. La technique existe depuis les années 1940 au Canada et est ré-

utilisée dans les parois et les toitures des constructions. La technique existe depuis les années 1940 au Canada et est ré-

pandue dans les pays de grands froids d'Europe du Nord. Une efficacité attestée par la pratique de ces populations et validée par de multiples mesures scientifiques.

Une nouvelle filière d'économie circulaire

La ouate de cellulose serait ainsi un isolant deux à trois plus efficace que son principal concurrent sur les chantiers, la laine de verre. « C'est un produit qui respire, par conséquent l'humidité ne reste pas coincée dans les murs », explique le chef d'entreprise. Les mesures réalisées par des organismes externes montrent une économie de chauffage de près de 50 % en hiver et une réduction de la température de 5 °C en été. Le seul obstacle reste son prix, 5 à 10 % plus élevé, mais compensé par le niveau de performance et la longévité du produit (environ 50 ans). Des arguments qui séduisent artisans et donneurs d'ordre de marchés publics. Mais comme le papier n'est pas le seul déchet réutilisable à ne pas être exploité, l'entrepreneur s'est lancé un nouveau challenge. Pour récupérer sa matière pre-

mière, le papier, Ouateco dispose d'un partenariat avec 250 associations. Parmi celles-ci figure le village Emmatus de Pau-Lescar, dont le directeur interpelle un jour Thierry Toninuti sur la problématique des vêtements usagés. Le gaspillage y est colossal et la mine à exploiter presque sans fin. L'entrepreneur se met à étudier ce marché mondial afin de trouver une solution économique et écologique. De ces habits au rebut, triés au préalable, il va extraire de la fibre de textile, elle aussi destinée à l'isolation des habitations. Pour cela, de lourds investissements sont en cours avec, notamment, l'acquisition de machines pour déstructurer (délessage et effilochage) le tissu. Un matériel dont le coût s'élève à 1,8 million d'euros, auquel la Région Nouvelle-Aquitaine participe à hauteur de 450 000 euros. Pour accueillir cette nouvelle chaîne de production, une extension du bâtiment de 1 400 m² est en prévision. Un agrandissement nécessaire pour loger les futurs collaborateurs d'une entreprise qui prévoit de passer de 10 à 25 salariés d'ici cinq ans.