

## L'ACTUALITÉ DES PME



## La PME à découvrir - Île-de-France

## Colloquium se renforce en Belgique

Le leader français de l'organisation de congrès vient de racheter une entreprise bien implantée dans la capitale de l'Europe.

C'est tout sourire que Natalie de Chalus, présidente de Colloquium, explique le rachat d'Iceo (1,2 million d'euros de marge brute, 18 salariés), un organisateur professionnel de congrès basé à Bruxelles. Réalisée entièrement par autofinancement, fin décembre 2007, cette acquisition permet à Colloquium de consolider sa position dans le monde. « L'Otan, la Commission européenne et de très nombreuses associations internationales ont leur siège dans la capitale belge, d'où l'intérêt d'être sur place. C'est vraiment un endroit majeur pour nous ! Cette opération nous positionne de surcroît pour l'ouverture du nouveau Palais des congrès en 2009 à Bruxelles, annonciatrice d'un renouveau de la capitale belge en tant que destination de congrès. »

Fondé en 1997 par Yves et Stéphane Szmir, Iceo organise une vingtaine de congrès 90 % d'entre eux se déroulant en dehors de la Belgique. Une expertise qui a séduit Natalie de Chalus : « Racheter cette société, souligne-t-elle, nous fait gagner un temps considérable dans la poursuite de notre développement au niveau mondial. D'autres opérations de ce type ne sont pas à exclure en Europe au moment où la profession se restructure. »

Cerise sur le gâteau, ce rapprochement inclut Resotel (1,1 million d'euros de marge brute, 12 salariés), première centrale de réservation hôtelière en Belgique, avec 80.000 nuitées annuellement. Cette société sœur d'Iceo, très complémentaire à l'activité congrès, a pour vocation de se déve-

opper en Europe et notamment à Paris. Elle reste dirigée par Stéphane Szmir, son frère Yves prenant quant à lui la direction de l'activité congrès de Colloquium et d'Iceo.

## GESTION D'ASSOCIATIONS PROFESSIONNELLES

Basée à Paris, Colloquium (65 salariés) organise chaque année une cinquantaine de congrès réunissant de 150 à 17.000 personnes dans des domaines très variés, ce qui fait de cette société le numéro un français sur son secteur. La PME gère aussi de nombreuses associations professionnelles comme l'Association française d'urologie, le Collège européen d'orthodontie ou l'European Society of Pediatric Gastroenterology and Nutrition. Elle est elle-même issue du rapprochement de deux sociétés en 2000, opération complétée en 2006 par le rachat d'Evic, une affaire spécialisée dans la communication événementielle et l'organisation de manifestations en France et à l'international.

L'ensemble a représenté lors de l'exercice 2006-2007, clos le 30 septembre, une marge brute de 5,5 millions d'euros, qui a permis de dégager un résultat net de 280.000 euros. L'exercice en cours, qui intégrera pour la première fois Iceo, devrait permettre d'afficher une marge brute de 7,7 millions d'euros. « Une belle progression, se réjouit Natalie de Chalus, qui devrait être largement supérieure en 2009 et les années suivantes, en raison, notamment, de la réouverture du Palais des congrès de Bruxelles, prévue en septembre 2009. » De quoi satisfaire les principaux actionnaires, au premier rang desquels le groupe familial qui détient 80 % des parts via le holding de contrôle (Chalus Chegaray & Compagnie), les différents managers de Colloquium (15 %) et les frères Szmir (5 %) qui viennent de monter au capital à l'issue de l'opération de reprise. ■

NATHALIE CHEVENNE

**La parole à...** Gérard Meauxsonne, président du directoire de Méo

## « Le trophée Ecotop conforte notre image d'entreprise écocitoyenne »

Méo torréfie et commercialise des cafés haut de gamme, dont 30 % sont labélisés cafés équitables Max Havelaar. Implantée à Lille, cette entreprise familiale affiche un chiffre d'affaires de 30 millions d'euros et emploie 80 personnes. Elle est l'une des trois PME françaises à avoir obtenu le trophée Ecotop 2007.

Comment avez-vous bâti votre dossier pour concourir aux Ecotop ?

La loi nous oblige à cotiser à Eco-Emballages, mais non à diminuer le volume des déchets. Notre démarche est donc volontaire. Eco-Emballages nous a proposé l'expertise d'une ingénieure stagiaire de l'Esiec de Reims, Amélie Phulpin, durant quatorze semaines. Le coût du stage est pris en charge par Eco-Emballages, ainsi que 50 % des frais d'hébergement. Le solde a été à notre charge. Cette élève-ingénieure nous a permis de concrétiser ce que nous avions juste initié en interne avec notre service qualité. Nous avons défini un objectif précis : alléger nos emballages de paquets de café, sans altérer le produit.

Quels ont été les résultats obtenus ?

Nous avons baissé le grammage de nos emballages en diminuant l'épaisseur de la couche de polyéthylène. Nous avons ensuite cherché à



« En consommant moins d'emballages pour nos cafés et surtout moins de polyéthylène, nous économisons près de 30.000 euros par an. » DR

optimiser l'emballage secondaire avec la création d'une nouvelle caisse carton, à peine plus grande que l'ancienne. L'augmentation de la hauteur a été compensée par une diminution de la cannelure du carton. Nous y mettons plus de paquets de café. Résultat : nous consommons

11 tonnes de polyéthylène et 20.000 caisses de carton en moins. Cela nous a permis d'économiser 167 palettes, et de diminuer nos transports de cinq camions sur une année, soit une économie de 7,5 tonnes de CO<sub>2</sub> par an.

Que vous apporte un tel prix ?

Compte tenu de la diminution du volume de nos emballages, nous allons pouvoir obtenir une réduction de notre contribution financière à Eco-Emballages. En consommant moins d'emballages et surtout moins de polyéthylène, nous économisons également près de 30.000 euros par an. Mais surtout, nous confortons notre image d'entreprise écocitoyenne. Nous commercialisons du café équitable labélisé Max Havelaar, nous avons adhéré au pacte mondial des Nations unies, Global Compact. Tout cela est un seul et même ensemble, que nous portons avec tous nos collaborateurs et que nous communiquons à nos clients, les consommateurs de nos cafés, via les médias. ■

PROPOS RECUEILLIS

PAR FRANCIS DUDZINSKI, À LILLE

## La PME en herbe - Paca

## Ypsée délocalise la chirurgie dentaire et esthétique

Créée en mars 2007, cette société est positionnée sur le marché du tourisme médical. Elle propose des actes chirurgicaux au Maghreb et en Hongrie.

À MARSEILLE

Sébastien Valverde met tout de suite les choses au point : « Nous ne sommes pas une agence de voyages. Nous ne vendons ni nuits d'hôtel ni séjours en clinique. Nous jouons simplement un rôle d'intermédiaire entre des patients et des cliniques étrangères sélectionnées par nos soins. » Ypsée est, selon son directeur Sébastien Valverde, « la première société française spécialisée dans le tourisme médical ». Elle se lance sur un marché en forte croissance jusqu'ici entre les mains d'agences de voyages britanniques, italiennes ou d'Afrique du Nord. Une pratique maintenant courante dans ces deux pays européens en raison des déficiences de leurs systèmes de protection sociale. En France, la diminution des remboursements par la Sécurité sociale pourrait offrir un bel avenir au tourisme médical. « Nous



Ypsée se lance sur un marché en forte croissance jusqu'ici entre les mains d'agences de voyages britanniques, italiennes ou nord africaines. DR

concentrons nos efforts sur les soins dentaires, la chirurgie esthétique et la correction de la vision par laser car la Sécurité sociale rembourse peu, ou pas du tout, ces actes, détaille Sébastien Valverde. Nous allons aussi proposer aux Britanniques de l'orthopédie. »

Sébastien Valverde et son associé Moezz Sedkaoui, qui ont démarré l'activité de Ypsée en 2007, sont installés dans l'incubateur de la faculté des sciences de Luminy. Ils ont passé dix-huit mois à visiter des cliniques. Car forts d'une formation à la fois scientifique et commerciale,

les deux hommes revendiquent une certaine compétence en matière d'audit de cliniques. Ypsée travaille avec la Tunisie et le Maroc pour l'esthétique et la correction de la vision, la Hongrie et demain la Croatie pour le dentaire. Avec, pour le patient, une économie de 30 % à 60 %, billets d'avion et convalescence dans un hôtel compris.

## TRANSPARENCE

Pour sécuriser ses clients, Ypsée joue la transparence. La société met en relation par visioconférences les chirurgiens et leurs futurs patients. À l'exception des chirurgiens-dentistes bulgares qui ont appris leur métier sur place, les praticiens sont locaux mais formés en France. La jeune entreprise se rémunère sur les frais de dossiers et diverses prestations comme le morphing.

Elle laisse le soin à ses clients de choisir et de réserver hôtel et avion, comme de régler directement la facture médicale dans une des cinq cliniques proposées (huit en 2008). De même, il revient au futur patient de remplir son dossier médical et de fournir au chirurgien les photos de sa dentition ou du menton à refaire. Ypsée pense dépasser les 400.000 euros de chiffre d'affaires en 2008. ■

GÉRARD TUR