

IONNINES!



VENDREDI Le rendez-vous de l'innovation à Paris

La mairie de Paris s'ouvre pendant une journée aux acteurs de l'innovation. Plus de 2 000 entrepreneurs, investisseurs et cadres de grands groupes participeront à 4 000 rendez-vous d'affaires. Des start-up présenteront, dans 20 espaces de démonstration, leurs solutions pour la mobilité, le développement durable ou l'alimentation.

■ Hacking de l'Hôtel de Ville, le vendredi 6 mars, de 8 heures à 18 heures, 3, rue Lobau, à Paris (IV^e). Inscription obligatoire et gratuite sur hackinghoteldeville.paris.

VENDREDI - SAMEDI Salon de l'alternance à Marseille

Entreprises, organisations professionnelles, universités et grandes écoles informeront étudiants et parents sur l'alternance : rythme de formation, contrats, rémunérations... Des ateliers pour bâtir CV et lettres de motivation seront aussi organisés.

■ Le vendredi 6 mars et le samedi 7 mars, de 9 heures à 17 heures, Parc Expo Chanot, Palais de l'Europe, hall 8, Rond-Point du Prado à Marseille (Bouches-du-Rhône). Entrée gratuite.

LE LIVRE Un contrat social pour l'ère numérique

Tous les secteurs de l'économie et nos administrations sont bouleversés par le numérique. De ce constat, Nicolas Colin, un ex-inspecteur des finances reconverti dans l'incubation de start-up, imagine un nouveau contrat social pour s'adapter à cet « âge entrepreneurial », qui succède à l'économie fordiste du XX^e siècle. Son inspiration ? Le programme du Conseil national de la Résistance.

■ « Un contrat social pour l'âge entrepreneurial », Nicolas Colin, Editions Odile Jacob, 304 pages, 23,90 €.



Céline Falco.



Agnès Jullian.

puis cinq ans avec un chiffre d'affaires de 19 millions d'euros. » L'expertise d'ACRIST sur la donnée, à travers ses logiciels ou ses applications, fait d'elle un acteur hors pair, présent dans sept pays (bien-tôt huit).

Ce poste de dirigeante, Odile Hembise l'occupe sans avoir eu de problème de positionnement lié au fait d'être une femme. En revanche, cela ne s'est pas fait sans « quelques renoncements à titre privé sans lesquels je ne serai pas là où je suis », admet cette mère de quatre enfants. Pour sa thèse, elle raconte avoir confié son bébé de 6 mois à sa mère pour participer à un programme international de six semaines sur un navire.

Hôtellerie

CÉLINE FALCO « Nous ouvrons trois à quatre établissements chaque année »

Le rêve de Céline Falco, c'était de créer sa marque de cosmétiques. Mais c'est un groupe hôtelier qu'elle dirige de

puis quinze ans, suivant la voie de ses parents. Et la voix aussi, puisque ce sont ces derniers qui lui demandent en 2001 de prendre les commandes du 4^e établissement qu'ils viennent d'acheter, à Paris, dans le XVII^e arrondissement. Elle venait de terminer un diplôme de chimie. « Très vite, je tourne en rond », raconte l'entrepreneuse d'aujourd'hui 39 ans, qui s'attelle alors à monter toute l'opération de rachat d'un hôtel.

Davantage de sacrifices pour une femme

En 2005, ses activités l'amènent à rencontrer celui qui deviendra son mari. Jean-Bernard Falco a plutôt un parcours financier. « Ensemble, on avait la même vision de l'industrie hôtelière et on a créé Paris Inn Group en 2005 », poursuit celle qui prend alors la casquette opérationnelle de directrice générale tandis que son mari endosse celle de président. A la maison, il y a une fratrie recomposée de six enfants. Rien qui n'empêche le couple de construire leur aventure entrepreneuriale. « C'est une question d'équilibre mais c'est bien de se rappeler que le fait d'arriver à un certain niveau

pour une femme demande peut-être plus de sacrifices », observe-t-elle.

Le logiciel de gestion de l'offre, de la demande et des prix, qu'ils ont développé dès le début, leur assure un taux d'occupation supérieur à 95 % et 100 millions d'euros de chiffre d'affaires. « Nous ouvrons trois à quatre établissements chaque année », ajoute celle qui a été nommée en 2018 Chevalier de l'ordre du mérite.

Le groupe de 1 200 personnes, basé à Paris (VIII^e), s'est ainsi spécialisé dans la gestion d'actifs hôteliers pour compte de tiers et en propre avec 35 hôtels à ce jour, de 4 et 5 étoiles, essentiellement à Paris ou en région, dont certains en contrat de franchise sous la marque Best Western ou Holiday Inn.

Fin 2014, avec le support d'un acteur chinois de l'hôtellerie, Paris Inn Group a pu déployer sa marque propre, Maison Albar Hôtel, du nom de jeune fille de Céline, sous les mêmes standards haut de gamme. L'ambition devient aussitôt internationale avec un premier établissement ouvert à Porto (Portugal) l'année dernière. Une trentaine de villes européennes sont visées d'ici quinze ans.

Equipement

AGNÈS JULLIAN « On augmente petit à petit »

« Les banquiers me tournent le dos, les fournisseurs prennent peur, l'expert-comptable me suggère de céder en me disant que je n'y arriverai pas. » Agnès Jullian a seulement 24 ans quand elle prend la tête de la PME familiale Technilum, basée à Béziers (Hérault) et spécialisée dans l'éclairage public. « Mon père meurt du jour au lendemain d'une crise cardiaque. L'entreprise n'est pas un cadeau : elle n'est pas très rentable », explique-t-elle. Conseillée par d'autres patrons de la région et de la profession, la jeune diplômée de commerce s'affirme rapidement. En témoigne son pari de transférer l'usine vieillissante dans un chai viticole rénové. « Ces nouveaux bâtiments véhiculent des valeurs d'innovation. Avec du recul, j'ai orienté la société à mon goût », commente la Biterroise de 50 ans. Sous sa houlette, Technilum franchit des caps. 1999 : le

premier marché du tramway à Montpellier dope le chiffre d'affaires. 2003 : la société repense la place de l'hôtel de ville et les quais de Bordeaux. « Un autre gros marché qui nous permet d'être plus reconnus en France et à l'étranger », analyse-t-elle.

Succès à l'export

Des escaliers baptisés The Vessel à New York (Etats-Unis), « endroit le plus instagrammé du monde », assure-t-elle, à la porte de Jaffa à Jérusalem (Israël), le fabricant de lampadaires avec wi-fi et vidéosurveillance connaît un franc succès à l'export. Celui-ci est passé de 0 % à 30 % du chiffre d'affaires de 12 millions d'euros en 2019, contre 1 million avant sa reprise en main, quand l'entreprise ne traitait qu'avec des clients nationaux, les collectivités publiques. « Une année d'élections municipales et celle qui suit, c'est toujours difficile. Donc on fait le yo-yo mais on augmente petit à petit », se félicite-t-elle.

Mère d'un enfant qu'elle a souvent confié à sa mère, Agnès Jullian a « recadré les deux ou trois misogynes » croisés sur son chemin. Mais en aucun cas son genre ne lui a joué des tours dans ce secteur très masculin.