et une heure le soir chaque jour. Ce développement m'amène à créer un emploi. Il faut pouvoir répondre à la demande. Cette communication 2.0 convient à mes clients, même les plus anciens qui sont parfois bien plus connectés que l'on pense. Elle me permet aussi d'optimiser ma communication à un coût très raisonnable, tout en faisant venir une clientèle qui, parfois, avait oublié les commerçants du centre-ville. C'est aussi un moyen d'attirer une clientèle plus lointaine.
C'est cela que je voudrais dire à des confrères qui hésiteraient à se lancer. Et de les rassurer : les relations humaines ont toujours autant de place dans nos métiers même à l'heure des réseaux sociaux. Désormais, je communique aussi *via* Facebook avec mes fournisseurs et la plupart des douze éleveurs auprès desquels je m'approvisionne. J'ai aussi lancé des vidéos où je partage des astuces avec les internautes.
À titre personnel, j'ai une satisfaction : cette innovation a été remarquée par Facebook qui me suivait en toute discrétion depuis six mois afin de voir quelles pouvaient être les retombées économiques.

Invité par Facebook

En mai dernier, j'ai été reçu par Facebook France afin de voir comment le réseau pouvait accompagner des TPE et PME dans le développement de leur business. L'idée est de partir de mon retour d'expérience et de le faire partager. Des fonctionnalités pourraient être ajoutées sur Facebook pour les professionnels. Lors de cette journée de travail, j'ai eu l'occasion de rencontrer des artisans comme moi, mais aussi des start-up qui vendent des articles de mode à l'international. Une vraie ouverture et des opportunités.
Nous avons aussi appris à faire des vidéos. J'en faisais déjà mais on peut aller plus loin, en immersion dans nos laboratoires ou chez des éleveurs. C'est un moyen efficace et accessible pour contrer les GMS (grandes et moyennes surfaces) qui peuvent se payer de grandes campagnes publicitaires nationales.

« LES RÉSEAUX SOCIAUX, C'EST UN MOYEN EFFICACE ET ACCESSIBLE POUR CONTRER LA GMS ET SES CAMPAGNES PUBLICITAIRES. »

La suite ? J'ai plein d'idées comme celle de développer ma boutique en ligne. Chez Facebook, j'ai rencontré un artisan poissonnier qui livre ses produits partout en France. Comment ? Le poisson ou les fruits de mer sont comme mes viandes des produits frais et sensibles. Or, aujourd'hui, il existe des packagings techniques qui permettent de garantir des températures respectant la chaîne du froid et de vendre partout en France.
L'idée serait de suivre nos clients sur leur lieu de vacances ou de fidéliser des clients de passage. Et techniquement, c'est possible. C'est ma réflexion du moment. Au sein de l'entreprise, nous nous donnons un an et demi pour proposer ce service-là. Et à terme, nous devrions avoir besoin d'un community manager pour animer notre Facebook et suivre les commandes. »

THIERRY PLAGUÉ, P-dg de SNA : « Une voile d'ombrage ne nous demande plus que cinq secondes de conception. »

@XAVIER EVEILLÉ - LE JOURNAL DES ENTREPRISES

MORBIHAN SNA

Gagner en rentabilité en se digitalisant

Xavier Eveillé

Fondée en 2012, Sellerie nautique Aerec (SNA) conçoit des capotes sur mesure pour bateau, des accessoires en matériaux souples pour la course au large et des voiles d'ombrage. Autant de savoir-faire textiles qui n'ont plus grand-chose en commun avec la sellerie traditionnelle car l'entreprise s'est engagée en 2015 dans une mutation numérique et technologique sur l'ensemble de sa chaîne de valeur.

0,3 M€ INVESTISSEMENT DE SNA DANS DEUX MACHINES DE COUPE

« La sellerie marine répond à des méthodes de travail plutôt ancestrales. Ce modèle économique atteint vite ses limites. Pour nous, le terme de sellerie est même réducteur. Nous sommes complètement dans l'innovation », explique Thierry Plagué, le P-dg de SNA, une TPE basée à Sarzeau. « Notre raisonnement consiste à se dire : comment faire autrement ? On a très vite attaqué un énorme travail de fond sur la conception CAO, sur la création d'une chaîne numérique. Notre objectif premier était de réaliser des capotes pour bateaux d'une très grande précision, sans surprise pour le client », poursuit le dirigeant. De fil en aiguille, SNA développe ses propres outils de conception, ses applications pour court-circuiter le prototypage traditionnel. Des méthodes de conception pour produits uniques mais de qualité industrielle. Le bureau d'études connaît ainsi un essor déterminant dans l'entreprise. Alors que l'atelier ne compte qu'un seul poste de travail, certes stratégique, les effectifs du bureau d'études sont montés en quelques années à quatre personnes sur les sept salariés que compte SNA au total.

Toujours plus loin dans le développement informatique

Ici, le design 3D se nourrit d'algorithmes « faits maison ». « On va toujours plus loin dans les développements informatiques. L'un de nos ingénieurs vient de partir quatre mois à Londres pour parfaire ses compétences. On génère nos fichiers de coupe numérique avec les ordres de montage. Nous avons investi 300 000 euros, notamment dans deux machines de coupe. Nous pouvons exploiter des données de la 2D vers la 3D, mais aussi dans l'autre sens. On peut démodéliser un objet pour en tirer des plans. Les normes 2D sont souvent plus compliquées en sous-traitance pour l'usinage », explique Thierry Plagué. Ce qui est valable pour le textile s'avère également vrai pour le carbone. Les savoir-faire de SNA intéressent aujourd'hui le marché de la course au large. Il faut dire que l'entreprise de Sarzeau n'a pas lésiné sur les outils digitaux dès ses débuts : Thierry Plagué a acquis successivement deux systèmes de métrage de contrôle dimensionnel, permettant de mesurer les cotes de bateaux.

« SE PASSER DE PROTOTYPAGE ET SE NUMÉRISER PERMET DES ÉCONOMIES, ET CELA CASSE LES CODES DE LA SOUS-TRAITANCE. »

Une rentabilité sur l'ensemble des produits

SNA vend quasiment tous ses produits sur Internet. En Bretagne, en Suisse, dans le monde entier. Les nouvelles offres de l'entreprise lui ont permis de décrocher des contrats auprès de sociétés comme Zodiac et Zeppelin pour travailler à la demande. « Certaines entreprises ne maîtrisent plus leur sous-traitance, les conséquences de leurs transferts technologiques. Elles s'intéressent à nous car nous pouvons produire sans prototypage et sans risque d'erreur grâce au travail accompli par notre bureau d'études ces dernières années. On signe d'ailleurs de plus en plus de prestations, en plus de la conception donneur d'ordres », indique Thierry Plagué. En se passant de prototypage et en montant en compétences *via* la numérisation, SNA fait des économies de temps et d'échelle qui cassent les codes de la sous-traitance. « Une voile d'ombrage ne nous demande plus que cinq secondes de conception car nous avons tout hypermodélisé. L'enjeu pour nous n'est pas neutre : d'ici à six mois, l'intégralité de nos produits sera rentable. »
SNA doit par ailleurs franchir un cap : l'acquisition des deux tables de coupe doit lui permettre de répondre à une demande croissance. Le recrutement de dix nouveaux collaborateurs, en atelier et en bureau d'études, est un objectif à moyen terme, voire à court terme.

LeJournaldesEntreprises
L'ÉCONOMIE EN RÉGIONS
EN NOVEMBRE
NOUVELLE FORMULE MAGAZINE
Mensuel d'infos économiques en régions, 11 numéros et des hors-série. Une diffusion auprès des décideurs dans les grands pôles économiques français. 14 éditions, plus de 600 pages tous les mois, un nouveau format magazine et un contenu enrichi.
LE JOURNAL DES ENTREPRISES EST PLUS QUE JAMAIS LE PARTENAIRE DE VOTRE DÉVELOPPEMENT !
N° Indigo 0810 500 301 0,06 ct par min + prix appel
Couverture non contractuelle
LeJournaldesEntreprises.com

Grand ou petit, on vous suit !
Bulb in BRETAGNE
Plateforme de financement participatif
Et vous, le crowdfunding c'est pour quand ?
87% de réussite
127 000 € collectés
1965 contributeurs
www.bulbinbretagne.bzh