

ACTEURS D' HÉLIOPARC

LA LETTRE DE CELLES ET CEUX QUI FONT LA TECHNOPOLE HÉLIOPARC 

éditorial



En adéquation avec son environnement économique, scientifique et industriel, la technopole Hélioparc s'est spécialisée dans six secteurs d'activité :

les géosciences, les matériaux et la métrologie, l'informatique, l'énergie, l'environnement et les sciences du vivant. Cette diversité est illustrée par les trois sociétés présentées dans ce quatrième numéro des Acteurs d'Hélioparc : APIEH, Ekko Communication et le Centre de Métrologie de l'Adour. Trois entreprises, trois secteurs d'activité, trois stades de maturation.

APIEH a été créée début 2010 par deux jeunes cadres spécialistes de la performance énergétique. Cette toute jeune société appartient à la filière de l'habitat durable, développée sur Hélioparc depuis deux ans à la suite du Grenelle Environnement.

L'alliance de talents en matière de création graphique, d'informatique et de marketing a donné le jour il y a deux ans à Ekko Communication, une agence de communication interactive qui fait de plus en plus parler d'elle.

Enfin, le CM Adour est né sur Hélioparc il y a plus de 20 ans de la volonté des industriels, notamment de l'aéronautique, de créer une compétence en matière de métrologie. Le centre compte aujourd'hui près de 30 personnes.

Bonne lecture.

Max Brisson,
Président d'Hélioparc

APIEH

L'optimisation énergétique sans fausse note

C'est une partition sans fausse note que jouent pour l'instant Damien Pichot et Rémi Giraudel, fondateurs d'APIEH. Leur ambition ? Devenir l'une des références régionales en termes d'optimisation énergétique des logements, notamment ceux des particuliers. « Nous nous sommes rencontrés via la musique, l'un à la batterie, l'autre à la guitare ». Leurs expériences professionnelles ont fait le reste. Entre Damien Pichot, ancien responsable de puits sous-marin chez Total, et Rémi Giraudel, ancien conseiller des espaces info énergie à Paris et à Pau, nul doute que ces deux-là ont de l'énergie à revendre !

L'optimisation énergétique, voilà un dossier qui ressemble un peu à l'Arlésienne. Si beaucoup de particuliers et professionnels y pensent, ils sont en revanche peu nombreux à savoir comment s'y prendre de manière cohérente : « Le besoin est énorme ! L'enjeu actuel consiste à faire comprendre tout l'intérêt de notre structure à nos clients (particuliers, architectes, maîtres d'œuvre, constructeurs, fournisseurs). C'est un point que nous avons identifié dans notre business plan et sur lequel nous avons mis l'accent depuis le début d'année, via nos supports médiatiques » indique Rémi.

« 90 % de notre activité est centrée sur les particuliers, poursuit Damien. Pour tout projet de construction ou de rénovation, nous passons en revue les souhaits ou les choix techniques initiaux, et proposons ensuite des solutions d'amélioration énergétique, économique et environnementale. Ces optimisations sont simulées et quantifiées sur un logiciel thermique et comparées sur le long terme, avant toute intégration au projet ». Un accompagnement qui se poursuit jusqu'à la fin du projet avec les tests d'étanchéité à l'air du bâtiment permettant d'obtenir le label Bâtiment Basse Consommation (BBC). Le BBC, voilà l'un des atouts d'APIEH. « Nous sommes le premier



bureau local à être agréé pour délivrer une certification BBC sur un bâtiment. La formation suivie et l'équipement que nous utilisons nous permettent de mesurer l'étanchéité du bâtiment » indiquent-ils.

« Nous délivrons la certification BBC »

« Notre pari est avant tout un projet de vie. Même si nous avons un temps d'avance et que l'on peine encore parfois à convaincre nos clients de l'intérêt évident des maisons performantes (subventions, économies, confort), d'autres sociétés vont certainement se créer avec les obligations réglementaires à venir et le développement de la demande, il faut que l'on s'y prépare ». En effet, la nouvelle réglementation thermique française devrait entrer en application début 2013 pour les logements individuels, rendant incontournables ces types d'accompagnement.

Le temps d'avance d'APIEH sera donc un atout considérable !

Ekko communication

L'écho de votre savoir-faire

C'est presque par hasard que les trois comparses d'Ekko communication ont poussé la porte d'Hélioparc. Entre web et identité visuelle, ils ont su rapidement se faire une place dans l'univers dense des agences de communication. « Nous étions en free-lance chacun de notre côté, les uns sur l'Internet, les autres sur le conseil en communication. En 2008, nous avons souhaité franchir un palier, créer une société qui nous permette de faire plus de choses ensemble, d'avoir plus de crédit au regard des clients, ne serait-ce que pour pouvoir répondre aux appels d'offres. D'Hélioparc, nous ne connaissions pas grand-chose, nous avions une vision déformée de la structure. Même si on savait que l'accompagnement existait, nous avons été agréablement surpris. Nous avons eu une sensation de découverte du monde de l'entreprise! » indique Cédric Mousseau, le responsable.

Deux ans plus tard, le succès est au rendez-vous. La marque de fabrique d'Ekko Communication? Un savoir-faire à la carte, du sur-mesure. « Nous disposons d'un pôle de compétences graphique (plaquette, logos, flyers, catalogues) et d'un pôle Internet. Nous proposons une approche de communication globale, avec un interlocuteur unique ». Ce qui permet aux clients de toutes tailles de trouver une solution pertinente, que ce soit pour la création d'identité visuelle ou pour des sites Internet pointus. Pointus parce que Ekko Communication a centré son activité sur une large palette de solutions innovantes et adaptées pour accompagner les problématiques de communication et de marketing des entreprises. « Nous créons des applications où la technicité est au centre, des outils qui permettent par exemple

“Entre web et identité visuelle”

communication globale, avec un interlocuteur unique ». Ce qui permet aux clients de toutes tailles de trouver une solution pertinente, que ce soit pour la création d'identité visuelle ou pour des sites Internet pointus. Pointus parce que Ekko Communication a centré son activité sur une large palette de solutions innovantes et adaptées pour accompagner les problématiques de communication et de marketing des entreprises. « Nous créons des applications où la technicité est au centre, des outils qui permettent par exemple

de disposer d'un site web vitrine, tout en donnant la possibilité à l'utilisateur de consulter et de régler ses factures en ligne ». Un savoir-faire que l'entreprise développe sur les pays de l'Adour.

Quant au nom de la société, avouons qu'il peut en interpeller plus d'un... « Ekko, comme l'écho!!! » précise Cédric Mousseau. « Depuis la crise, certains prospects ont pensé que nous étions une agence à prix éco!!! Cela a provoqué une prise de conscience chez nous et nous allons certainement utiliser notre nom pour nous orienter davantage vers tout ce qui touche au développement durable ». Une illustration parmi tant d'autres de l'adaptabilité de cette équipe, en permanence portée sur l'approfondissement de ses compétences.



Centre de Métrologie de l'Adour

Métrologie au beau fixe

S'il est une entreprise atypique à Hélioparc, c'est bien le Centre de Métrologie de l'Adour. On compte en effet sur les doigts d'une main les sociétés qui disposent de moyens industriels dans l'enceinte. Ici, les dimensions de centaines de pièces passent au crible des appareils de mesure : des os humains jusqu'à l'axe principal d'un moteur d'hélicoptère! Créé en 1989, le Centre de Métrologie de l'Adour est l'un des historiques d'Hélioparc. « Nous avons vécu toute l'aventure Hélioparc ; l'esprit demeure inchangé, souligne le directeur Christian Le Gall. La souplesse pour accompagner la croissance des entreprises et les services proposés aux adhérents sont toujours aussi performants ».

Faisant figure d'exception dans les allées de la technopole, le Centre de Métrologie est aussi un cas d'espèce au niveau national. « Des concurrents qui se rassemblent pour financer un outil commun... l'initiative est suffisamment



originale pour être soulignée! Dans le sillage de Turbomeca et de Messier-Dowty, 52 actionnaires, des PME aux PMI se sont réunis en 1989 pour créer ce laboratoire de mesure. Si le projet a pris forme, d'autres régions en sont encore aux palabres » rappelle Christian Le Gall. Nul doute que le fait qu'aucun actionnaire ne touche de dividendes, à l'image d'une coopérative ou d'une association, a contribué au succès.

A ce jour, le Centre de Métrologie compte 28 salariés, dont plusieurs détachés sur différents sites industriels. « Nous avons connu une croissance importante en 1997, avec la sous-traitance par Turbomeca de la vérification de la totalité des bancs d'essais moteurs, une activité qui occupe 6 à 7 personnes à temps plein par an ».

“Des concurrents autour d'un outil commun”

Ayant toujours baigné dans cet univers de métrologie, de contrôle et de qualité, que ce soit dans le secteur automobile ou celui de l'électroménager, Christian Le Gall reste attentif face à une concurrence de plus en plus pressante. Le Centre de Métrologie vient d'ailleurs de se doter d'un commercial. Une première en 21 ans! « Son rôle est surtout d'informer nos clients sur l'ensemble de nos activités. En effet, nos clients nous font parfois appel pour un seul type de mesures mais ne connaissent pas l'étendue des technologies que l'on maîtrise ici ». De quoi assurer encore au Centre de Métrologie un avenir rayonnant.