

7. JEU PROPRIHOME

Pour chaque match à domicile cette saison, les spectateurs de la Meilleraie auront l'occasion de gagner un bon d'achat de 50€ à la boutique de CB en jouant au **Jeu PROPRIHOME**, constructeur de maisons individuelles sur le **Maine et Loire, la Vendée et la Loire-Atlantique** et nouveau partenaire de Cholet Basket !

Pour le match **CB/Dijon** du samedi 30 janvier, c'est **Thierry VERDEAU** qui a remporté le Bon d'Achat de 50€ : Félicitations à lui !

RDV le samedi 6 février à la Meilleraie pour un nouveau tirage au sort.



8. JEU JEAN ROUYER AUTOMOBILES - TIR DU MILIEU DU TERRAIN

Monsieur Julien DUPONT a été tiré au sort. C'est donc lui qui a tenté sa chance samedi 30 janvier, mais n'a pas remporté la **DACIA Sandero** !

Julien DUPONT ne repart pas les mains vides, il a gagné **deux repas prestige au restaurant O'TO de Cholet**.

Rendez-vous le samedi 27 février 2016 au match CB/STRASBOURG pour tenter votre chance !



9. CHALLENGE ARTIPÔLE

CHOLET BASKET, LA REGION DES PAYS DE LA LOIRE et la société ARTIPÔLE remercient pour leur présence les licenciés des clubs de :

- SAVENAY (44) Club le plus dynamique
- ST HILAIRE DE LOULAY (85) Club le vainqueur du challenge
- ST MALO DU BOIS (85)
- CHANZEAUX (49)
- MAULÉON (79)



ALBUM PHOTOS



SAVENAY (44)

10. PARTENARIAT RÊVES - GAUTIER - CHOLET BASKET



RÊVES est une association nationale à but non lucratif, reconnue œuvre de bienfaisance. Depuis sa création en 1994, elle a pour mission d'exaucer les rêves d'enfants et d'adolescents atteints de pathologies graves, dont le pronostic est réservé.



GAUTIER, fabricant de meubles situé au Boupère (Vendée) et Partenaire Majeur du club, a souhaité s'associer à la démarche citoyenne de l'Association Rêves, à travers Cholet Basket.

LE PRINCIPE : Pour chaque panier à 3 points marqué par Cholet Basket pour tous les matches à domicile de la saison 2015/2016, Gautier s'engage à reverser 25€ à l'Association Rêves.

**Bilan des paniers à 3 pts marqués par Cholet Basket à domicile
70 paniers = 1750€**

11. SÉANCE DE DÉDICACES AU SUPER U DE CHEMILLÉ EN PARTENARIAT AVEC PITCH



**VIDÉO ET
ALBUM PHOTOS**



Les joueurs de Cholet Basket étaient conviés le mercredi 27 janvier à une séance de dédicaces au **SUPER U de CHEMILLE**, Partenaire Majeur de CB. Cette animation était organisée par **BRIOCHE PASQUIER**, Partenaire du Cholet Basket Entreprise.

Pendant une heure, les joueurs ont répondu aux différentes sollicitations des clients du magasin : dédicaces, photos souvenirs...

BRIOCHE PASQUIER a aussi offert un "goûter" aux enfants qui venaient voir les joueurs professionnels.

En marge de cette manifestation, un jeu-concours était organisé et 20 personnes ont gagné **deux places pour assister à la rencontre CB/ASVEL du samedi 06 février 2016.**

Félicitations aux gagnants !

12. VISITE DU COLLÈGE ST GABRIEL DE ST LAURENT SUR SÈVRE (85) À LA MEILLERAIE

Ce vendredi 28 janvier, les élèves de 3ème et de 4ème du collège St Gabriel de St Laurent sur Sèvre ont pu visiter les locaux du club de Cholet Basket.

Les élèves de la section basket du collège vendéen ont d'abord découvert l'exposition retraçant les 40 ans de Cholet Basket : de nombreux panneaux installés autour des tribunes de la Meilleraie décrivent l'histoire du club depuis sa création en juin 1975.

La visite s'est poursuivie dans les infrastructures professionnelles. Les jeunes, âgés de 13 et 14 ans, ont arpenté les couloirs, découvrant les vestiaires, la salle de musculation ainsi que la salle de presse. Pour conclure la première partie de l'après-midi, les collégiens ont rencontré et questionné Régis Boissié, Entraîneur des Espoirs et Assistant-Coach de l'équipe pro ainsi que Rudy Jomby, Stephen Brun et Joe Trapani, tous les trois joueurs professionnels à CB.

A 16h30, après cet échange animé, le jeune groupe a pu suivre l'entraînement de l'équipe dirigé par Jérôme Navier. Un moment privilégié qui a ravi les basketteurs vendéens.

Les élèves, accompagnés de leur professeur d'EPS, sont ensuite rentrés au collège en bus. Nul doute qu'ils garderont un magnifique souvenir de cet après-midi où ils auront découvert les coulisses du milieu sportif professionnel.

VIDÉO ET ALBUM PHOTOS



« Hey, monsieur, combien vous gagnez ? »

Des collégiens de Saint-Gabriel, à Saint-Laurent-sur-Sèvre, étaient en visite hier à Cholet Basket. Une visite avec beaucoup de sourires.

Stephen Brun s'étonnait de ne pas avoir encore entendu la question. Le capitaine de Cholet Basket était hier après-midi face aux collégiens de Saint-Gabriel... et donc leurs questions. « Quand avez-vous commencé le basket ? » « Quel est votre meilleur souvenir ? » Ou encore : « Que retenir de toute carrière ? » Des questions, il y en a eu tout un wagon, sauf le fameux : « Hey, monsieur, combien vous gagnez ? » Finalement,

elle a fini par tomber... « Ah, enfin, a rigolé le joueur, très à l'aise devant les jeunes. Je ne vais pas vous dire mon salaire. Tout ce que je peux dire, c'est que le joueur français le mieux payé en France, il est à Villeurbanne et gagne 23 000 € par mois et que le salaire moyen en Pro A est de 8 300 €. » Les 18 collégiens avaient le regard ébahi. Ils en ont appris des trucs. Lesquels ? Que Rudy Jomby, par exemple, l'aillier de CB, se réverrait « agriculteur ». Que Stephen Brun idollâtre Dirk Nowitzki, la star des Dallas Mavericks. Que Joe Trapani, l'intérieur américain, connaissait un peu l'Ouest de la France avant d'arriver

dans les Mauges puisque son père a joué dans le passé à Nantes... Bref, l'échange avec les joueurs, c'était « super », comme le disait si bien Oscar, qui du haut de son mètre 58, a été particulièrement impressionné par « la taille des joueurs ». Pierre-Olivier, lui, a adoré la visite des vestiaires et des coulisses du club. « Ce sont des endroits qu'on ne voit jamais, des endroits où il se dit des choses qu'on ne doit pas entendre », disait-il. Clémentine, elle, retenait de tout ça la disponibilité des joueurs : « Ils sont ouverts et marrants ! » Tous sont supporters de CB, tous ont pris l'option basket proposée par

le collège Saint-Gabriel. « En fait, ils ont deux heures de basket dans la semaine, en plus des heures de sport, explique Agathe Méraud, professeur d'EPS, qui encadrerait le groupe hier avec sa consœur, Nathalie Sacquin. Il y a une sélection de faite en fin d'année. Tous les mercredis, ils participent au championnat Ugsel. » Cette saison, les jeunes de Saint-Gabriel ont mordu la poussière face aux Sables-d'Olonne en quart de finale régionale. Le club de Cholet Basket organise régulièrement des rencontres avec les scolaires, environ une quinzaine par an.

F. R.

ERAM : une nouvelle usine et des podiums

Renforcement d'une unité de production française, prototype de chaussure connectée, récompenses nationales, le groupe Eram continue d'entreprendre avec bonheur.

Le 30 octobre, le groupe Eram inaugurait son site de production de Montjean-sur-Loire, entièrement modernisé, appelé désormais La Manufacture. Ce site illustre la volonté du groupe de maintenir la fabrication de chaussures en France et celle de poursuivre une histoire industrielle forte, débutée il y a bientôt 90 ans en regroupant la modernisation de deux usines (Valanjou et Montjean-sur-Loire) en une seule pour créer un pôle d'expertise unique de chausseur

traditionnel. Les savoir-faire d'artisan chausseur sont maintenus. Les conditions de travail (transport collectif, restaurant, espace de repos...) sont améliorées. La Manufacture s'étend sur 8 500 m² où sont regroupés le bureau d'études et les ateliers de coupe, piqure montage et finition. Elle réunit 240 collaborateurs et fabrique 650 000 paires par an (sur les 1,2 million de paires fabriquées par le groupe en France) pour les marques Bocage, Eram, Gémio et Mellow Yellow. La municipalité de Montjean-sur-Loire a décidé de rebaptiser la rue des Massacres, adresse de la Manufacture, par la rue Albert-René Biotteau (1898-1985) en hommage à ce bâtisseur d'entreprise humaniste qui a fondé Eram.

L'actualité 2015 est d'une grande richesse pour la marque. Avec l'agence Phoceis, elle a conçu #Choose, prototype de chaussures changeant de couleurs selon son humeur du jour. Le hardware est intégré dans la semelle et l'application mobile pour la contrôler est réalisée en bluetooth ». Eram a également reçu des distinctions. Avec quelque 500 000 avis déposés en magasin, la plus grande enquête nationale de consommateurs de « Meilleure Chaîne de Magasins France » l'a désignée comme l'enseigne de l'année, catégorie chaussures et maroquinerie, le 4 novembre. Ce prix « récompense les initiatives innovantes d'Eram, pour accompagner les nouveaux parcours d'achat de ses clients

et créer avec une relation basée sur la proximité ». Eram a également été élue enseigne connectée lors du Commerce Connecté Show les 27 et 28 octobre à Paris. Avec ses 300 magasins en France, dont une quinzaine en Maine-et-Loire, la première enseigne de distribution de chaussures en centre-ville et centres commerciaux mise plus que jamais « sur l'accessibilité, la relation client et la désirabilité ».

www.eram.fr

Marianne Bourgeois

Anjou Éco n°43 – Janvier/ février 2016

14. AJS, PARTENAIRE DU CHOLET BASKET ENTREPRISE

DÉVELOPPEMENT INDUSTRIEL

AJS chausse de nouvelles bottes

Le 11 décembre, Alain Humeau, co-fondateur d'AJS (Saint-Germain-sur-Moine), spécialisée dans les bottes, sabots, gants et accessoires de jardin depuis 1989, et président depuis le 4 juillet 2002, laissait son siège de président à Jérôme Subileau, directeur général. Pour Alain Humeau, « après

26 ans, il faut savoir regarder sa montre et savoir passer la main ». Une passation en douceur puisqu'il restera présent chez AJS à mi-temps en soutien de l'équipe export avant de prendre sa retraite dans quelques années. Ce passage de témoin laisse la place à une jeune génération

qui arrive aux commandes d'une entreprise en plein développement. Successivement comptable, puis directeur financier et directeur général depuis 2012, Jérôme Subileau devient à 35 ans le nouveau président d'AJS-Blackfox. Le poste de directeur général est occupé par Julien Humeau, 35 ans également, dirigeant d'Oxygen, une société du groupe. Premier fournisseur en France et en Europe, AJS a augmenté de 5 % le CA en 2015 et notamment de 10 % à l'export où AJS est présent dans près de 26 pays. « Nous entendons unir nos efforts pour continuer à développer ce qui a été initié par Alain et Guy, nos associés et fondateurs d'AJS il y a 26 ans. » souligne Julien Humeau.



De g. à d. : Jérôme Subileau, Alain Humeau, Julien Humeau



Les chaussures des pilotes d'Air France naissent à La Romagne

Page 4



Ouest France – Vendredi 29 janvier 2016

La chaussure française cherche la bonne foulée

Très chahutés par la mondialisation, des fabricants continuent de souffrir. La plupart ont dû délocaliser une partie de leur production. Le « Choletais » reste le premier bastion.

Comment va la chaussure française ? Mal, répondraient les salariés du fabricant Stéphane Gontard, à Gorron en Mayenne, qui ont appris la fermeture de leur usine.

Le secteur a payé un lourd tribut à la mondialisation des années 1990-2000. La concurrence d'une main-d'œuvre bon marché au Maghreb, puis en Asie, a fait déferler sur le marché français des chaussures trois à quatre fois moins cher. Les fabricants ont dû s'adapter très rapidement en délocalisant une grande partie de leur production. Les emplois se sont envolés ailleurs. Le modèle économique a été totalement bouleversé.

Aujourd'hui ? 23 millions de paires ont été fabriquées dans les usines

françaises en 2014, contre... 183 millions en 1987. Paraboot, Robert Clergerie, Jonak, Repetto, JB Martin... Le secteur occupe encore 5 375 emplois dans 89 entreprises.

« Et, depuis quatre ou cinq ans, le nombre d'emplois se stabilise, voire augmente légèrement », souligne Jean-Pierre Renaudin, président de la Fédération française de la chaussure.

2 000 emplois dans le « Choletais »

Que produit-on encore en France ? Uniquement des chaussures de « niche » – les chaussures de pompiers, de pilotes – et les chaussures de luxe, comme les Weston en Li-

mousin. Le plus souvent, « on dessine les collections, les prototypes en France, et on délocalise la fabrication ou une partie de celle-ci en Asie ou en Afrique du Nord », poursuit Jean-Pierre Renaudin.

Les fabricants conservent aussi de petites séries plus compliquées en France. « L'entreprise s'en sort de cette manière, en valorisant ses produits français. »

En comptant ce qui est fabriqué ici et ce qui est délocalisé, on estime à environ 150 millions le nombre de paires de marques françaises fabriquées chaque année. Avec cet atout indéniable : la chaussure de marque française a le vent en poupe hors de nos frontières. Les exportations ont

augmenté de 80 % depuis 2009.

Région pilote de longue date, les Pays de la Loire, et essentiellement la région du Choletais, nord Maine-et-Loire et Vendée, reste la première zone de production, même si elle a beaucoup perdu. On y compte une trentaine d'entreprises, et plus de 2 000 emplois.

Une concentration unique en France, emmenée par une entreprise phare : Eram, depuis 1942. Il y a, dans cette région « industrielle », un état d'esprit singulier, défendu par un groupement régional de la chaussure. « On joue collectif », assure son président, Guy Canselier.

Carine JANIN.

Redskins et modèles de niche naissent à l'Ouest

Reportage



Courbée sur sa table de travail, la styliste Sophie Jugon trace au crayon les lignes délicates d'un derby, une chaussure de ville à lacets, sur une coquille de plastique. Une chaussure chic en cuir, qui trouvera sa place pour l'hiver 2016-2017, dans les rayons des magasins.

Dans l'atelier Cléon, à La Romagne, commune de 1 870 habitants du Maine-et-Loire, les bureaux d'études phosphorent dans des pièces tapissées d'étagères de chaussures. Richelieu, chelsea, boots, bottines... Il flotte un délicat parfum de cuir. Ça discute « bois » (la forme de la chaussure), « tige » (la partie haute) et « pied » (le prototype).

« Beaucoup d'humilité »

Née il y a soixante-dix ans, l'entreprise crée, depuis les années 2000, les chaussures hommes des marques Azzaro (vendues entre 150 € et 250 €), Redskins (30 € à 50 €) et ceux de sa propre marque, Kost (100 € à 150 €). Elle est aussi en train de lancer une marque plus « ville », Le Formier, made in France (entre 100 € et 150 €). Et c'est aussi à La Romagne que naissent et sont fabriquées les chaussures des agents SNCF ou ceux des pilotes d'Air France.



Pour stimuler sa créativité, la styliste Sophie Jugon parcourt les capitales européennes en quête « d'humeur différente ».

« On est toujours là, mais on aurait pu tomber, souffle le discret patron, Jacques Cléon. Il faut beaucoup d'humilité. »

Au tournant des années 2000, l'entreprise familiale a dû se résoudre à délocaliser une partie de sa production et a acquis les licences Redskins et Azzaro pour... se démarquer.

« On a été très secoués, glisse pudiquement le dirigeant. Il y a quinze ans, il y avait quatre-vingts personnes en production, et cinq seulement en structure. On faisait du Eram, du Bata... Aujourd'hui, c'est quarante-cinq en production et trente-cinq en structure. Le métier a changé. L'important, désormais, c'est la matière grise, la création et la marque. »

Les stylistes, responsables produits et commerciaux, s'affairent à imaginer des modèles originaux et à leur offrir un avenir sur le marché. Coupeurs, piqueuses, monteurs, soudeurs se chargent d'en réaliser une petite partie dans l'usine attnante, où s'alignent encore des machines à coudre.

Mais, sur 1,35 million de paires vendues, seules 200 000 sont entièrement faites à La Romagne. Pour le reste, Cléon sous-traite une partie à l'étranger (en Tunisie) ou la totalité (Portugal, Italie, Roumanie, Inde...). « Le made in France, tout le monde en a plein la bouche, s'irrite le patron. Mais, si je fais tout en France, moi, je ferme. Je n'ai pas honte de délocaliser. »

Si tous les modèles ne sont pas fabriqués ici, ils y sont en revanche dessinés. Le prototype sur lequel travaille la styliste Sophie, longue queue-de-cheval sur le côté et boots montantes au pied, passera bientôt l'épreuve du bureau d'études. Le patronnier, Cyril Plard, lui dira si, oui ou non, ce modèle est réalisable. Dans quelles circonstances et à quel coût. « C'est le rabat-joie, rigole sa collègue Mélina Dupin. Il est celui qui rend possible, ou pas, les rêves des stylistes. »

En cas de feu vert, les premiers échantillons verront le jour dans l'atelier à côté, sous la marque Le Formier. Dans un cuir que Sophie imagine... « moelleux ».

C.J.



Conducteur de Grand Tourisme, ça ne s'improvise pas !

Voyages Richou, en partenariat avec le Cnam de Cholet, a décidé de lancer la première formation en France de Conducteurs Accompagnateurs Tourisme. « C'est un métier à part entière ! » Au-delà de savoir conduire un autocar, c'est également préparer le voyage en amont, assurer l'accueil et le confort des voyageurs, gérer



toute la logistique pendant le voyage, maîtriser des langues étrangères, faire des commentaires sur les lieux traversés ou visités, gérer les relations avec les prestataires sur place,... Aucune formation à ce métier n'existait jusqu'à présent », explique Jean-François Richou, responsable marketing et communication du Groupe Richou. Au premier trimestre 2016, une première session de formation démarrera via son école basée à Yzernay. Celle-ci est ouverte aux personnes qui ont une première expérience dans la conduite d'autocar et qui souhaitent évoluer vers le tourisme. Elle est destinée aux collaborateurs de Voyages Richou, mais également aux confrères qui auraient

Un commerçant choletais s'offre Mango

Il n'est pas question de fermer l'un des magasins emblématiques des Arcades Rougé. Le patron de Jennyfer et G-Star y croit.



Le magasin Mango est une figure de proue des Arcades Rougé.

Mango reste mais change de visage. Les rumeurs d'une fermeture de l'enseigne, située aux Arcades Rougé, 290 m² de surface de vente sous la rotonde dorée, ont longtemps circulé. Florian Vincent-Pelligry, le repreneur, y met un terme.

Le commerçant, déjà patron de Jennyfer à l'Autre Faubourg, et de G-Star aux Arcades Rougé, était « **en transaction** » avec le vendeur depuis des mois. Un groupe nantais propriétaire de sept franchises G-Star dans la région. Et de deux Mango. Le Mango de Nantes revendu, le groupe, davantage spécialisé dans le jean que le vêtement pour femmes, cherchait un repreneur pour Cholet.

La logique comptable a primé.

Parce que ce groupe a jugé la rentabilité du magasin insuffisante, il a préféré le vendre pour se concentrer sur son cœur de métier, le jean.

Florian Vincent-Pelligry, de son côté, croit au « **potentiel de développement** » du magasin, compte tenu de son emplacement. Il a d'ailleurs conservé la même équipe de quatre vendeuses, et s'apprête à reproduire les recettes commerciales qui ont fait la réussite de Jennyfer et G-Star.

« **Depuis la reprise il y a deux ans et demi, nous avons doublé le chiffre d'affaires de Jennyfer. On est dans le top 5 des franchisés (80 magasins en France). G-Star, repris il y a un an et demi, progresse également.** »

18. BRANGEON, BOUYER-LEROUX, BATISTYL, PASQUIER, RICHOU, CHARAL, MATELOC, PURE ET QUALEA, PARTENAIRES DE CHOLET BASKET

BRANGEON
Groupe

bio'bric
MURS & CLOISONS

batistyl
MENUISERIES-FERMETURES



RICHOU
... un monde de découvertes !



MATELOC
LOUEUR ET COOPÉRATEUR

PURE
PARTAGEONS UN RÊVE ESSENTIEL

Qualéa
L'entreprise adaptée qui vous va.

Entreprises prêtent salariés

Des sociétés s'associent pour permettre aux salariés des unes de faire des stages chez les autres. L'objectif est d'adapter les pratiques, d'enrichir ses compétences ou de faire face à une baisse d'activité.

Vivien LEROUX
vivien.leroux@courrier-ouest.com

1 Qu'est-ce que le réseau Transcompétence ?

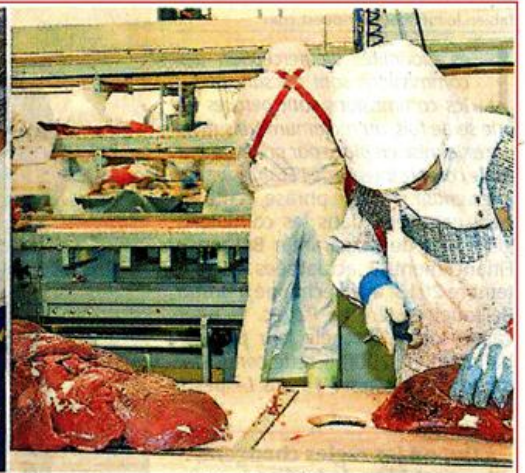
A l'initiative de l'organisme Opcalia, une petite vingtaine d'entreprises ont mis sur pied le réseau Transcompétence. Il leur permet d'échanger des salariés, volontaires pour aller effectuer des stages dans d'autres structures. Des entreprises de tous les secteurs et de toutes les tailles sont représentées. Pour l'instant, elles sont 18 : Pasquier, Richou, Brangeon, Antoine, Nature et stratégie, Hendrix Genetics, Charal, Dorel, Batistyl, Mateloc, Bouyer-Leroux, AR Carton, JF Leroux, Barr Heol, Itancia, Qualea, Fil d'Ariane, Alise atelier. Le groupe est éventuellement amené à se développer.

2 Comment s'organisent les échanges ?

Concrètement, la nature des stages n'est pas contrainte. Leur durée et leur forme sont libres. « Il a fallu créer une convention de mise à disposition, explique Catherine Arnoux-Duranthon, d'Opcalia. Chacun détermine la durée au coup par coup. Il est juste nécessaire d'assurer la sécurité du salarié dans son nouvel environnement. » Pendant la période de « prêt », le salarié ne change pas de statut. « Il reste salarié de l'entreprise A, qui le rémunère. Mais l'entreprise A va facturer à l'entreprise B le temps passé chez elle par le salarié. » Il est interdit aux participants de « merger » sur ces échanges.

3 Quel intérêt pour les salariés ?

D'abord, le salarié augmente le champ de ses compétences en observant d'autres pratiques. Mais, cela peut aussi faire naître des vocations pour une personne qui travaille dans une entreprise en baisse d'activité et qui s'intéresse à un autre métier. « C'est un peu comme un stage d'observation de troisième. » En somme, un salarié va aller tâter le terrain pour se rendre compte de ce que représente vraiment un métier



Pasquier, Charal, Dorel et Bouyer-Leroux sont membres de la structure. Archives CO Laurent COMBET, Etienne LIZAMBARD.

qui lui plaît, en vue d'une éventuelle reconversion. « On a par exemple le cas d'une femme, salariée du secteur de l'aviiculture, qui souhaite devenir conductrice de bus. Hendrix Genetics, son entreprise, a compris son projet et elle a pu comprendre ce que c'est vraiment que le transport scolaire en allant effectuer un stage chez Richou. Et Richou recrute. » Pour de futurs projets professionnels, cela permet aux salariés d'envisager une formation sans se tromper.

4 Quel intérêt pour les entreprises ?

Catherine Arnoux-Duranthon prévient : « Il ne s'agit pas d'un groupement d'employeurs ». Autrement dit, on ne « crée » pas des salariés polyvalents, capables d'évoluer chez les uns ou les autres en fonction de la demande. Le premier objectif, pour l'entreprise, est d'enrichir les compétences de son personnel. Des salariés vont observer le fonctionnement d'une activité qu'ils n'ont pas ou qu'ils cherchent à développer. « Une entreprise de menuiserie en

développement peut s'inspirer de l'expérience de prospection commerciale de Nature et stratégies. »

L'autre objectif concerne directement les niveaux de production. Des salariés d'une entreprise en baisse d'activité peuvent aller renforcer les effectifs d'une autre entreprise. Et certains vont même plus loin, on l'a vu, pour inciter des salariés à la reconversion. Une alternative possible aux licenciements économiques.

Contact : Catherine Arnoux-Duranthon au 06 23 75 45 14.



Mulliez-Flory, la fibre innovante

Entre autres raisons du positionnement de Mulliez-Flory aujourd'hui parmi les leaders de la confection de vêtements professionnels, son savoir-faire et sa capacité d'innovation. La société travaille actuellement sur deux projets innovants : Mesotex et Autonotex. Le projet Mesotex vise à intégrer dans le tissu des particules méso-poreuses dans des textiles par imprégnation sur tissu ou par intégration lors du filage pour capter les odeurs. Ces particules à réseaux méso-poreux sont capables de capter des Composés

Organo-Volatiles (COVs) toxiques, pouvant représenter un danger pour l'homme. Les premières études porteront sur les odeurs corporelles. Ce projet est porté par SWEETCO et piloté par l'Institut français du textile et de l'habillement (IFTH), via le laboratoire Qualité de l'Air en collaboration avec Damart, le Centre Européen des Textiles Innovants (CETI) et Mulliez-Flory. Il est financé en partie par la BPI dans le cadre des projets FUI (fonds unique interministériel). Le projet Autonotex sort du cadre classique des projets

textiles en associant des électroniciens, des experts du traitement des signaux, des spécialistes de nano-composants, des ingénieurs chimistes et des médecins. Objectif : créer un textile connecté autonome du fait de sa capacité à générer et à stocker de l'énergie. Le projet est porté par Mulliez-Flory - en collaboration avec Arkema, Eminence, TDV et le CETI - et financé en partie par la BPI dans le cadre des PIAVE (Projet Industriel d'AVEnir).

Anjou Éco n°43 - Janvier/ février 2016

20. **LE PUY DU FOU, PARTENAIRE DE CHOLET BASKET**

L'expérience Puy-du-Fou est « très positive »

Dans sa volonté de faire vivre le site douze mois sur douze, la Société de courses hippiques a conclu, l'été dernier, un partenariat avec le Puy-du-Fou. En résumé : le site choletais loue ses installations à une quarantaine de chevaux puyfolais.

Aujourd'hui, le bilan est « très positif » comme le souligne Patrice Percherel, avant d'ajouter : « Au début, on a accueilli des chevaux destinés à un spectacle qu'ils ont vendu en Angleterre. Les premiers vont partir dès le 10 février. Comme ça s'est bien passé, les responsables du Puy-du-Fou ont décidé de faire venir sur le site leurs chevaux utilisés dans un autre de leur spectacle, aux Pays-Bas. Ce genre de location est un excellent moyen pour être viable et connu. On ne pouvait pas continuer à n'organiser que des courses... »

Accueillir des cavaliers pros ?

Du côté du Puy-du-Fou, on est également satisfait de l'opération : « L'hippodrome est un cadre idéal pour travailler, explique ainsi Frédéric Ferchaud, responsable de la préparation des chevaux. C'est facile d'accès et on a tout sur place. Actuellement, nous avons douze personnes qui travaillent sur le site. » Est-ce que le contrat de location va être reconduit ? Rien n'est moins sûr, puisque les chevaux du



Cholet, hier matin. Le parc du Puy-du-Fou fait travailler une quarantaine de chevaux sur le site de l'hippodrome. Des chevaux destinés à l'international.

spectacle anglais n'ont pas vocation à revenir. Contrairement aux chevaux hollandais, qui, eux, pourraient revenir l'année prochaine, pendant les deux mois de trêve (de fin janvier à mars). « Après, on peut aussi revenir en fonction des projets vendus à l'international », explique Frédéric Ferchaud. En effet, le parc du Puy-du-Fou exporte régulièrement des

spectacles à l'étranger. En attendant, Patrice Percherel reste à l'écoute de toutes les demandes de location. « Oui, on est ouvert à ce genre d'expérience, confirme le président des Sociétés hippiques. Pourquoi ne pas accueillir également des cavaliers professionnels ? À voir. »

F. R.