

entreprises

magazine économique

Occitanie

LE MENSUEL ÉCONOMIQUE
D'OCCITANIE
N° 347 / mai 2017

FLIPR

révolutionne
l'entretien des piscines



Valérie JIMENEZ

dirigeante de
Transports Jimenez FVA



Grande Tribune des Entrepreneurs

«patrons acteurs
du changement



MAQUETTE NUMÉRIQUE DANS LE BÂTIMENT :

Toulouse innove et
lance des projets



LA COMPAGNIE DES DESSERTS

à Lézignan-Corbières dans l'Aude

INDUSTRIE

POUR HABC, l'affaire est dans le sac

Spécialisée dans l'emballage et le conditionnement, la société HABC installée à Albi vient de lancer un nouveau sac réutilisable 100% made in Tarn. Présenté début avril au salon Made in France de la foire des expositions de la capitale tarnaise, sa commercialisation vient d'être lancée sur le site internet, Tarnsacs.fr.



Rénald Mailliet, fondateur de HABC.

Pour son dixième anniversaire qu'elle célébrera en juillet, HABC lance une nouvelle gamme de sacs réutilisables. En lin, en coton écru ou marinière, ces «*tote bag*» personnalisables, créés en début d'année sont entièrement fabriqués dans le Tarn.

En 2015, le flou artistique lié à la nouvelle réglementation sur les sacs jetables en plastique incite Rénald Mailliet, gérant d'HABC à penser une gamme de sacs réutilisables et personnalisables, en textiles. Mais c'est suite à la réflexion d'une cliente que germe l'idée d'un sac entièrement confectionné localement. «*Ma cliente déplorait que*

mes sacs en coton soient importés d'Inde, ce qui était antinomique avec leur fonction «réutilisable et écologique», raconte l'entrepreneur. Il planche aussitôt sur une solution de fabrication française qui n'explose pas les coûts et s'appuie sur ses partenaires Jersey créations et la société de filature et tissage Jules Tournier et Fils. Ensemble, ils imaginent le produit et décident des matières, de la coupe, de la taille des hanches et du type d'impression. Et naît, un produit 100% tarnais début 2017. Tournier et Fils tricote le coton ou tisse le lin à Mazamet, Jersey créations récupère les bobines mères, les découpent, se charge de la confection et de l'impression des sacs à Labruguière. HABC, créatrice de la gamme et des visuels, assure la distribution depuis son site albigeois. Les visuels, citations, photos souvent humoristiques, ont été soumis au vote des internautes via les réseaux sociaux. Le visuel «*Mieux vaut Tarn que jamais !*» a par exemple remporté un franc succès. 50 des 300 sacs fabriqués pour le salon Made in France de la foire d'exposition d'Albi début avril ont été vendus. «*Mais surtout nous n'avons eu que de très bons retours sur la qualité des sacs, les visuels et les prix*, indique Rénald Mailliet. *Enfin, nous avons eu des contacts professionnels intéressés pour revendre nos sacs, comme par exemple des gîtes de France ou encore des épicerie fines*».

Un sac 100% personnalisable à un prix abordable

En vente sur le site tarnsacs.fr depuis peu, HABC vient d'embaucher une ●●●

À RETENIR

> Ancien responsable d'achats chez Somfy, Rénald Mailliet a créé HABC, une centrale d'achats dits secondaires (visserie, emballages, imprimerie) il y a une dizaine d'années à Castres avec l'idée de faire baisser le coût d'emballage et de logistique à tous ses clients. L'entreprise épure sa gamme en fonction des besoins de ses clients et se recentre très vite sur les consommables d'emballage industriel (carton, plastique, adhésif, film étirable) qui constituent 60% du chiffre d'affaires, et ceux destinés au commerce et boutique (sac plastique, papier, sac dit réutilisable). En 2010, Costes emballages son unique concurrent sur le département, part à la retraite et lui propose de lui vendre son fonds de commerce. HABC reprend les locaux sur la zone d'Albitech et les salariés (5 à ce jour). HABC fabrique des sacs plastiques respectant la nouvelle réglementation du 1er juillet 2016 : un sac dont l'épaisseur est supérieure à 50 microns et portant la mention recyclable et/ou réutilisable. HABC fournit ainsi douze millions de sacs par an à un grand groupe pharmaceutique. Elle propose aussi de personnaliser d'autres produits textiles (t-shirts, casquettes, etc) et des packagings imprimés sur-mesure.



Des sacs made in Tarn présentant des visuels originaux.

●●● commerciale pour constituer un maillage de points de vente entre Toulouse et Montpellier. D'autres sont envisagés à Paris.

«On est une petite structure qui a pour objet de faire baisser le coût des achats d'où le nom HABC, rappelle le chef d'entreprise. On veut jouer sur la proximité, la réactivité et la souplesse».

Ce qui le différencie de ses concurrents ? Considérer les clients comme des créateurs. «Sur le site, ils ont le choix de la matière, de la forme, de la taille des anses, du type de couture et du visuel parmi sept modèles de base avec 28 possibilités différentes multipliables à l'infini selon le choix du visuel, parmi notre offre ou leurs propres images». Vendu à un prix abordable (entre 15 et 30 €), ce nouveau produit de qualité permet à la PME de cibler les particuliers alors que 98% de sa clientèle est composée de professionnels et de collectivités. L'interdiction des sacs en plastique dans les commerces pourrait bien assurer l'avenir de ces sacs 100% tarnais.

Le chiffre d'affaires d'HABC a passé la barre du million d'euros en 2016. ●

MIT ou la promotion du Made in Tarn

Made in Tarn (MIT), c'est le nom d'une toute nouvelle association, qui souhaite regrouper les chefs d'entreprise du département pour promouvoir le «made in Tarn».

Premier objectif : collecter des fonds pour participer au salon Made in France à Paris en novembre prochain et promouvoir le 81.

Par Jean-Luc BÉNÉDINI

AGRICULTURE

AGRICULTURE BIOLOGIQUE EN OCCITANIE : étude économique des exploitations

Cerfrance vient de publier un dossier très complet sur l'Agriculture Biologique en Occitanie en analysant finement les résultats technico-économiques et financiers des exploitations en grandes cultures bio (céréales et oléoprotéagineux). L'Occitanie est la première région Bio de France aussi bien en surfaces (329 658 ha) qu'en nombre d'exploitations (6 495). Le nombre de conversions en Bio a fortement augmenté depuis 2015 (+ 20 % en 1 an), grâce notamment au plan national Ambition Bio.

Au-delà d'un simple panorama, l'étude réalisée par Cerfrance analyse finement les résultats technico-économiques et financiers des exploitations en grandes cultures bio (céréales et oléoprotéagineux) en Occitanie. Elle dresse une comparaison entre deux échantillons d'exploitations de structure comparable, conventionnelles et bio, suivies durant quatre années d'exercices comptables, de 2011 à 2014.

Le suivi sur quatre campagnes culturales hétérogènes, permet une meilleure mesure de la viabilité et de la rentabilité des exploitations. Si l'étude ne nie pas les difficultés des années de conversion (baisse du rendement, augmentation des charges fixes,...), elle révèle toutefois que les exploitations biologiques sont plus résilientes, avec la relative stabilité des prix sur le

marché bio et la réduction progressive du montant des charges opérationnelles. Cependant, les prix des produits biologiques et les aides au soutien ne peuvent garantir à eux seuls la réussite économique des exploitations bio. Comme pour les systèmes conventionnels, la maîtrise technique des différentes cultures, l'efficacité de la main-d'oeuvre, l'optimisation des charges, une dimension minimale, l'irrigation, la valorisation des productions, sont les principaux facteurs de réussite en grandes cultures biologiques. Alors que les Français se montrent massivement favorables à une transition vers une agriculture plus respectueuse de l'environnement, l'étude de Cerfrance montre que l'agriculture biologique est une solution parmi d'autres aux difficultés que connaît le monde agricole. Les facteurs de performance identifiés au travers de cette

étude doivent permettre d'aider les agriculteurs "candidats" à une conversion en bio, à mieux réfléchir à leur projet, et à mieux l'évaluer en toute cohérence. Une façon pour eux, d'envisager l'avenir plus sereinement tout en apportant des solutions durables aux préoccupations environnementales des Français.

55% en vente directe

En Occitanie, 55 % des producteurs bio pratiquent la vente directe. L'Agence Bio a réalisé une enquête en 2015 pour mieux connaître les opérateurs en vente directe. Les résultats sur la région démontrent que les principales motivations des agriculteurs pour vendre leur production en direct sont d'améliorer la valeur ajoutée de leurs produits, valoriser l'ensemble de leur production (en volumes et qualité), favoriser