

LE 30 MARS, DÉBAT EN LIVE STREAMING DEPUIS LES STUDIOS PM À CASTELNAU-LE-LEZ

« Paroles de patrons » : quel impact de la crise sanitaire sur l'entreprise ?



L'événement s'est tenu dans le strict respect du protocole sanitaire : les invités n'ont ôté leurs masques que pour les photos. Et les participants qui l'ont enlevé pour le débat étaient soit vaccinés, soit testés négatifs la veille.

Complexité accrue

Spécialisé dans la vente de produits capillaires pour les professionnels, Bleu Libellule (850 salariés, CA 2020 : 132 M€, siège à Gallargues-le-Montueux - 30), n'est pas épargné par la pandémie. « Nous avons 206 points de vente dont la moitié est fermée depuis le début du premier confinement, et un site d'e-commerce, rappelle Caroline Wincker. Il n'est pas évident de travailler à plusieurs vitesses, en répondant aux demandes accrues en ligne, tout en gérant du chômage partiel pour la centaine de magasins fermés ». De son côté, Arnaud Mine, Urbasolar (énergie photovoltaïque, groupe Axp, 280 salariés, CA : 131 M€, Montpellier), en convient : « La Covid-19 a ajouté une couche de complexité à notre métier. » Toutefois, Urbasolar se réjouit d'avoir déjà mis en place des outils en amont de la crise sanitaire, ce qui lui a permis de mieux en supporter son impact. « Nous étions finalement assez prêts. Nous travaillons sur des systèmes complexes – des centrales sur lesquelles interviennent beaucoup de personnes. En deux ans, nous sommes passés de 150 à près de 300 salariés, donc nous avons de toute façon besoin d'outils structurants. »

Capacité d'adaptation

Dans un tel contexte, savoir faire preuve de flexibilité est nécessaire. « Nous avons eu la chance de ne pas devoir recourir au chômage partiel en maintenant nos salariés à la maison, rapporte Fabrice Ribourg, Royal Canin (nourriture pour animaux, groupe Mars, 1 300 salariés en France, CA : 3,5 Md€ en 2018, Aimagues - 30). Pour les accompagner, nous avons mis en place des outils tels que des plateformes d'écoute, des séminaires virtuels pour que chacun explique ce



En plateau, tous les regards sont tournés vers Georges Ruiz, président d'Inovie.

« Face à une situation extraordinaire, il faut une capacité d'adaptation ET de l'innovation », estime Hugues Desgranges, responsable région Méditerranée et associé audit chez Deloitte, lors du débat « Paroles de patrons », organisé par La Lettre M, en partenariat avec le cabinet d'audit et de conseil, le 30 mars. Illustrant ce constat, deux patrons héraultais – Arnaud Mine, président d'Urbasolar et Georges Ruiz, président du groupe Inovie – et trois dirigeants gardois – Caroline Wincker, présidente de Bleu Libellule ; Stéphane Lehoux, PDG de Saint Mamet ; Fabrice Ribourg, président de Royal Canin France – font le point sur l'impact de la crise sanitaire dans leur entreprise.

qu'il fait, l'accès à des psychologues... » De son côté, Georges Ruiz, Inovie (4 800 salariés, CA : 560 M€, Montpellier) explique « avoir dû embaucher 20 % de personnel en plus au début de la crise sanitaire afin de répondre aux besoins de la population. C'était une période difficile et elle n'est pas terminée. Nous devons maintenant faire des prélèvements salivaires dans les écoles ». Pour s'équiper en matériel nécessaire aux tests PCR, Inovie a injecté 40 à 50 M€. Désormais, ses équipes sont en mesure de réaliser 300 000 tests PCR par semaine, contre 25 k avant la crise sanitaire. Chez

Saint Mamet (fruits transformés, 170 ETP, CA : 96 M€, Vauvert - 30), 38 k€ ont été investis pour adapter l'usine aux contraintes sanitaires. Pour autant, la Covid-19 n'a pas eu que des effets négatifs. Stéphane Lehoux, PDG de Saint Mamet, considère que cette crise a permis d'améliorer certains processus : « Nous avons gommé certaines étapes et gagné en efficacité ». Pour Georges Ruiz, la crise sanitaire a mis en lumière l'importance du métier d'Inovie. « Cela a démontré que la biologie est indispensable dans le diagnostic. »



Hugues Desgranges, associé responsable Région Méditerranée Deloitte, et Guillaume Mollaret, journaliste et animateur du débat.



Arnaud Mine, président d'Urbasolar, Fabrice Ribourg, président de Royal Canin France, Caroline Wincker, présidente de Bleu Libellule (de dos), et Guillaume Mollaret, journaliste et animateur du débat, prolongent les échanges après l'émission.



De g. à dr. : Karine Coine, chef de publicité de La Lettre M, Stéphane Lehoux, PDG de Saint Mamet, et Arnaud Mine, président d'Urbasolar.



Caroline Wincker, présidente de Bleu Libellule.



Arnaud Mine, président d'Urbasolar en interview avec Stéphanie Roy, journaliste à La Lettre M.



Georges Ruiz, président d'Inovie, découvre le nouveau magazine de La Lettre M – spécial Développement durable – paru le matin même.



Stéphane Aventureur, gérant et directeur de la publication de La Lettre M, en régie avec Benjamin Pigou, technicien audiovisuel aux Studios PM.



Dernières retouches maquillage avant le direct pour Fabrice Ribourg, président de Royal Canin France.



À quelques minutes du début de l'émission, Vincent Jouvenel des Studios PM donne les dernières consignes aux cinq dirigeants.



Gilbert Wayenborgh, consultant pour les Studios PM et expert en live streaming, finalise la diffusion de l'émission.

la lettre **M**
les débats

En partenariat avec **Deloitte.**

Regardez le débat en replay : www.youtube.com/watch?v=A21L85rVvQY&t=1s



Photos : Cédric Royer - Happy People

■ STÉPHANIE ROY