Silk In Lyon 2021 : Les Fantaisies de Tante Sophie

ngg_shortcode_0_placeholder

Silk In Lyon 2021 : Benu Blanc

ngg_shortcode_1_placeholder

“Yves Saint Laurent, Les coulisses de la haute couture à Lyon : l’exposition à ne pas manquer au Musée des Tissus du 9 novembre 2019 au 8 mars 2020

L’exposition **“Yves Saint Laurent, Les coulisses de la haute couture à Lyon”**, consacrée au travail d’**Yves Saint-Laurent** de

1962 à 2002, a lieu au **Musées des Tissus de Lyon** du 9 novembre 2019 au 8 mars 2020.
Cette exposition met en lumière les liens étroits entre les créations du Maître, et les soyeux lyonnais, les fabricants et fournisseurs des tissus et étoffes de la région.
Vingt-cinq silhouettes sont exposées, dans une mise en scène en 4 parties de **Nathalie Crinière**, et scandent le processus créatif d'Yves Saint Laurent en mettant à l'honnneur 8 maisons lyonnaises (soyeux, converteurs et intermédiaires). Une immersion dans un atelier permet, par exemple, de comprendre la différence entre un taffetas et une mousseline.
L'exposition des 25 silhouettes s'accompagne d'échantillons de textiles, de croquis originaux, de photographies et documents d'archives inédits et aussi d'interviews filmées de collaborateurs d'Yves Saint Laurent et des fabricants de tissus.
La célèbre **robe de mariée de 1980** est ainsi exposée, hommage aux poêtes qu'Yves Saint-Laurent admirait, et qui l'inspraient. Cette robe a été réalisée grâce à la collaboration de cinq maisons lyonnaises : **Abraham, Bianchini-Férier, Bucol, Hurel et Mérieux**.

Commissariat :
Esclarmonde MONTEIL ,
directrice du Musée des Tissus de Lyon,
conservateur en chef du patrimoine

Aurélie SAMUEL ,
directrice des collections du Musée Yves Saint Laurent Paris, conservateur du patrimoine

Scénographie
Agence NC,
Nathalie CRINIÈRE

Lieu : **Musée des Tissus**, 34 rue de la Charité, Lyon 2ème
Dates : du 9 novembre 2019 au 8 mars 2020
Site : www.museedestissus.fr
Horaires : du mardi au dimanche de 10h à 18h
Tarifs : 12 euros – gratuit pour les moins de 12 ans

Le SIDO, du 10 au 11 avril 2019, l'évènement du futur, à Lyon, Cité Internationale

Le **SIDO**, **IoT – AI – ROBOTICS** ouvre les portes de sa 5ème édition les **10 et 11 avril 2019**, à la **Cité Internationale de Lyon**, et double sa surface d'exposition, consacrant d'ores et déjà le succès de cette importante manifestation.

Le **SIDO** est un véritable creuset de l'innovation, dans le top 5 européen des évèvements IoT s'enrichit en proposant un rendez-vous « Technologies & marchés » unique sur le Vieux Continent, en combinant la **Robotique**, l'**IoT** et l'**IA** (Intelligence Artificielle). Le **SIDO** réunit tous les composants de cette transformation systémique pour permettre la construction de solutions complètes et connectées d'automatisation et de digitalisation.

Les 10 et 11 avril 2019, le **SIDO** rassemblera plus de 400 exposants experts en IoT, Robotique et IA, plus de 10000 décideurs, et acteurs de l'innovation, 200 intervenants internationaux, ainsi que le sommet des Top executives IoT, IA

et Robotique, autour de 7 univers sectoriels (Industry & Supply chain, Transport, Energy – Infrastructure – Building, Agritech & Foodprocessing, Smart city – Mobilité, Healthcare, Consumer Experience), 40 conférences et plus de 100 startups internationales.

Le **SIDO** structure 3 marchés esentiels pour le futur de l'économie.
Le **premier de ces marchés est celui de l'IoT**, avec une croissance de 10% par an, surtout dans l'industrie, avec un parc de 35 milliards d'unités prévues pour 2030 (source Idate, janvier 2018.
Selon l'étude de Wawestone, les bénéfices les plus importants attendus par les dirigeants d'entreprises sont notamment des nouveaux produits et services, de nouvelles manières de travailler, une automatisation des processus, l'amélioration de la satisfaction client, un meilleur usage des actifs industriels.
Le **second marché est celui de la robotique**, dont la partie industrielle a vu son volume annuel doubler en 5 ans, pour atteindre 40 milliards USD en 2017. Plus de 60% des plus grandes entreprises industrielles seront équipées en 2019 (source IDC, janvier 2016). La robotique et l'IA concerne aussi les PME et les PMI, grâce à la robotique collaborative avec une croissance de plus de 50% chaque année depuis 2010. Le marché des « cobots » (robots collaboratifs) a atteint 176;7 millions USD en 2016, et devrait représenter plus de 4 milliards USD en 2023.
Dans le domaine des services, l'impact est déjà présent dans la médecine, les transports et la mobilité, la sécurité, et ce marché représente déjà 9 milliards USD, avec une croissance annuelle de plus de 20% depuis plusieurs années.

Le **troisième marché est celui de l'intelligence artificielle ou IA**, avec le big data, le deep learning, et l'augmentation

de la puissance de calcul et de stockage, liée au cloud et à l'hyperconnectivité des équipements, avec des applications très concrètes. Ce marché devrait représenter 11 milliards USD (source : Tractica 2017).
L'IA transforme déjà 4 briques, 4 composants de l'IoT et de la Robotique : la perception cognitive, les analyses et traitements des données, l'apprentissage automatique et le traitement automatique du langage.

Le **programme complet des conférences** est ici.

La **liste des startups présentes** est ici.

La **liste de toutes les entreprises présentes** est ici.

Il est possible d'obtenir un badge visiteur ici.

Lieu : Cité Internationale de Lyon
Accueil Terreaux – Forum 1/2/3 – 4/5/6 au 50 Quai Charles de Gaulle, 69006 Lyon

Dates et horaires : Mercredi 10 avril 2019 de 08H30 à 18H00 et Jeudi 11 avril 2019 de 08H30 à 18H00.

SPORTAIR RECRUTE UN AGENT EN ESPAGNE (relai d’information)

Nous relayons cette information de l’équipe Sportair qui organise le salon Sport Achat ayant lieu en ce moment à Eurexpo, du 6 mars au 8 mars 2017, à Eurexpo Lyon.

« **SPORTAIR RECRUTE UN AGENT EN ESPAGNE**

Fort de son expérience dans l’Hexagone, SPORTAIR se développe à l’international en commençant à faire connaître ses événements B2B au marché ibérique, reconnu pour être très dynamique. En 2016, le marché du sport (textile, chaussures, accessoires) en Espagne atteint les 4.525 millions d’euros avec une croissance de +6,5%.*

SPORTAIR vient de signer un contrat avec Stan POLO de l’agence SPOLIK, expert du marché grâce à son expérience SPORT JAM et GLISS EXPO. Son rôle sera de recruter non seulement des marques en fonction de leur positionnement outdoor, cycle, montagne, glisse….mais aussi d’attirer des acheteurs leaders en Espagne, au Pays Basque, en Andorre et au Portugal.

* Source : DIFFUSION SPORT

L’Équipe SPORTAIR »

Salon du chocolat, Lyon, 13 novembre 2017 : enfin les

photos du défilé

Alors que le Sirha s’apprête à ouvrir ses portes et notre appétit, on ne peut oublier un autre évènement important de la saison lyonnaise, le Salon du Chocolat, entre grands et nouveaux chocolatiers, maîtres-confiseurs et hédonistes du goût, dont l’un des moments les plus attendus demeurait le défilé, ou plutôt LES défilés, car les visiteurs ont pu y assister à chaque jour du salon, vers 16h00. Voici une sélection de photographies de cette présentation spectaculaire et qui fait rêver les papilles.

ngg_shortcode_2_placeholder

Conférence : la Filière de l’industrie du sport, enjeux et perspectives, Sport Achat Eté, 7 septembre 2016, Lyon Eurexpo

La conférence était animée par Virgile CAILLET, Délégué Général de la FIFAS et les intervenants étaient :
– Sandrine JAUMIER, Cheffe du bureau des biens de consommamtion, DGE
– Laurent LETAILLEUR, Chef du bureau de l’économie du sport au sein du Ministère des Sports
– Pascal AYMAR, Directeur du développement de l’INSEEC SPORT
– Xavier RIVOIRE, Directeur de la communication externe DECATHLON

Le Salon Sport Achat était le moment idéal pour présenter la première étude réalisée sur l'industrie du sport en France, « Enjeux et perspectives des industries du sport en France » menée par la Direction Générale des Entreprises, tant au niveau qualitatif qu'au niveau quantitatif.
Les principaux objectifs de l'étude étaient de :
– Comprendre les pratiques, besoins et attentes de la clientèle tout en identifiant les facteurs clés de succès des entreprises (perspectives et trajectoires d'évolution)
– Etablir les enjeux et opportunités des marchés du sport (forces et faiblesses des industries)
– Identifier les orientations stratégiques et opérationnelles afin de dynamiser le secteur.

De l'avis de Pascal AYMAR, l'étude a été très bien menée, et propose des recommandations pertinentes, tout en évoquant un manque sur le traitement des faiblesses commerciales du secteur, notamment à l'international.
L'une des avancées de cette étude a été de pouvoir faire discuter ensemble la grande diversité des acteurs impliqués, issus du secteur public et du secteur privé, ce qui constitue en soi une base solide pour s'améliorer collectivement sur le sujet.

Evoquant le rapprochement public/privé, Xavier RIVOIRE, directeur de la communication de Décathlon, met l'accent sur le fait que l'innovation n'a pas besoin d'être à 700 euros, car elle doit être accessible.
De même, on ne peut plus concevoir le commerce sans une ouverture absolue à l'international, car n'importe quel commerce qui s'ouvre à l'international fait plus de chiffre d'affaires. L'orientation internationale est capitale.

Le marché du sport : un potentiel énorme
Pascal AYMAR rappelle que le chiffre d'affaires mondial du sport représente 800 millions, et que la France représente 5% du total, pour 200 000 emplois, contre 500 000 emplois dans l'industrie automobile.

C’est un énorme potentiel qui pourrait être mieux exploité avec plus d’esprit commercial à l’international, faiblesse de notre pays, et qui semble le rester.

Une étude, un observatoire, et un mouvement progressif de structuration de l’action collective

Au-delà de ce constat posé par Pascal AYMAR, Laurent LETAILLEUR de la DGF rappelle que la création d’un bureau dédié à l’industrie du sport reflète deux aspects parallèles relevant de la responsabilité de l’Etat et des pouvoirs publics, d’une part, avoir la capacité de financement du sport de haut niveau, et d’autre part, avoir la capacité de financement des sports de masse. La sphère privée doit aussi jouer son rôle. L’étude, et aussi l’observatoire de l’économie du sport permettent d’avoir un lieu de connaissance de l’industrie du sport, et de répondre aussi à des attentes des acteurs privés qui ont besoin d’un interlocuteur public, pour redynamiser l’ensemble, et aussi se projeter à l’international, où par exemple, la France dispose d’un savoir-faire spécifique, reconnu, notamment dans le secteur du football, et des industries de la montagne.

La France a des atouts à faire valoir sur ce marché

Pascal AYMAR ajoute que l’on a l’habitude de considérer le marché du sport à travers son aspect ludique, ou par le prisme du tourisme, alors que c’est en soi une véritable industrie, dont tous les grands pays ne disposent pas, comme par exemple l’Angleterre ou la Russie. La France dispose de cette spécificité comme les Etats-Unis, ou l’Allemagne.

Innovation, communication et internationalisation

Xavier RIVOIRE est très heureux de cet engouement des pouvoirs publics et attend le passage des incantations aux réalisations.

Sandrine JAUMIER indique à ce sujet que Sportec et d’autres outils comme Sports French Ticket constituent des outils publics pour accompagner l’industrie du sport.

Pascal AYMAR au-delà des outils publics témoigne des attentes des consommateurs en matière d'innovations de rupture. On pêche à communiquer sur l'innovation quand elle est là, de manière internationale, et on a du mal à passer àl'étranger.

Afin de remédier à cette mauvaise communication sur les innovations, Sandrine JAUMIER rappelle l'existence d'une exposition sur les entreprises innovantes du sport, qui figureront au catalogue de Business France.
Toujours dans cette perspective, Laurent LETAILLEUR souligne que la candidature de Paris 2024 peut constituer une opportunité très importante, si l'on compare notamment celle-ci avec la candidature de Los Angeles qui s'adosse à la Silicon Valley, à laquelle la French Tech n'a rien à envier.
Dans ce même mouvement, Xavier RIVOIRE revient sur plusieurs expériences vécues, et émet le voeu que l'on pratique moins l'entre-soi, que l'on apprenne et pratique plus les langues étrangères, lors de manifestations ayant lieu à l'étranger.

Un marché intérieur à développer face à des défis multiples
Revenant sur le marché intérieur, les intervenants font le constat que 45% des Français pratiquent un sport de manière régulière, ce qui laisse un marché considérable à conquérir, tout en ayant à faire face à de nombreux défis ou changements dans la pratique même du sport, liés à l'autonomie ou self-service, aux lieux, et à la sédentarité accrue de la génération des 8-15 ans. A cela s'ajoute, une approche communautaire par rapport aux sports, qui deviennent un partage de passions, d'idées, de valeurs, de produits, d'où la nécessité d'un marketing communautaire, et la chance donnée aux marques authentiques, disposant d'un véritable tam-tam communautaire sur les réseaux sociaux, et par le digital, avec la possibilité d'émerger avec des moyens publicitaires bien moindres que dans une époque précédente.
La question se pose des rapports entre le digital, le numérique, le web, les applications mobiles d'une part, et la pratique sportive d'autre part. Pour certains intervenants, le

digital concurrence le sport, pour d’autres, il permet au contraire un accompagnement. Le sujet n’est pas épuisé.
Le rôle des fédérations dans la mutation des pratiques sportives doit aussi se transformer pour passer d’un encartage à des services sportifs rendus à des clients.

Entre digitalisation, expériences consommateurs et horaires d’EPS à l’école, le débat est lancé

Malgré tout, le marché est dynamique, puisque l’on parle d’une croissance de 2,5% à 3%, soit 13 milliards, même si on passe beaucoup plus facilement du terrain de sport aux canapés et aux chips. Les clubs douvent faire mieux pour attirer plus de monde.
Des intervenants déplorent la faiblesse des horaires d’EPS (Education Physique et Sportive) à l’école, deux heures sont considérées comme insuffisantes, et l’on déplore l’opposition des fédérations sportives à des horaires d’EPS plus importants, comme 3 ou 4 heures hebdomadaires.
En dehors de l’école, un des axes importants pour promouvoir le sport consiste simplement à s’intéresser à l’expérience des consommateurs qui souvent inventent de nouvelles pratiques, comme le rappelle Pascal AYMAR.
Xavier RIVOIRE complète le tableau en analysant le mouvement de digitalisation de l’activité commerciale, et constate que si les ventes digitales augmentent, les clients digitaux sont les mêmes que les clients physiques. Pour pousser à la pratique sportive, en partant du digital, il y a peut-être des modes à créer.

Nécessité de l’action collective, distribution et soutien aux jeunes talents

Pour Laurent LETAILLEUR, l’économie du sport nécessite de réunir tout le monde autour d’une table, comme pour tous les secteurs
Pour Pascal AYMAR, il y a une prise de conscience par rapport à la formation, par rapport aux starts-ups, et par rapport à la distribution, cette dernière prenant plus de temps que les

fabricants pour aller chercher des jeunes qui ont du talent. Autres facteurs à prendre en compte : l'élasticité de la pratique du sport par rapport aux revenus, l'accessibilité du sport pour tous. Ainsi le gouvernement chinois a-t-il promu le sport comme l'une des 5 industries prioritaires et multiplier le nombre d'heures de sports par 2. La Chine vient d'ailleurs en France pour chercher des compétences, à mieux faire connaître.
Dans ce contexte, on remarque un commencement de relocalisation de la production car le différentiel de prix a baissé, ce qui ne s'était plus vu depuis les 15 à 20 dernières années.

Sélection de jeunes entreprises présentes aux salons Sport Achat été / Bike Expo, à Eurexpo, 7 et 8 Septembre 2016

L'occasion de découvrir des nouveautés, des innovations, ou des produits intéressants, fait partie de l'intérêt de ce double salon, depuis longtemps un passage obligé pour offrir le meilleur du sport et du vélo à ses clients.

POLEPLANT, le bâton de ski en bambou
Rien ne prédestine un ingénieur diplômé de l'école d'ingénierie de Catane à revisiter les bâtons de skis, et c'est pourtant bien ce qu'a fait Gabriele NICOTRA qui fût aussi moniteur de ski pendant 5 ans, en proposant le retour du

bambou comme matériau pour la fabrication des bâtons de ski, à la croisée des chemins entre ancienne tradition et innovation actuelle, entre Alpes et Japon. Avantages multiples pour le bâton en bambou : il est léger, solide, super écologique, et revient très bien. Produit à Tignes par des amis, depuis l'été 2015, il connait déjà un réel succès, puisque des skieurs de Freestyle, dans plusieurs équipes nationales, l'ont déjà adopté (France, Italie, Finlande), ainsi qu'une soixantaine de moniteurs dans 15 pays différents. Sur cette lancée, les ventes devraient doubler en 2016, avec l'Europe, l'Australie et la Nouvelle-Zélande, comme marchés porteurs, grâce aux ventes directes et indirectes. À noter, les bâtons peuvent être personnalisés sur demande, avec votre nom, le logo de votre équipe, de votre stations ou de votre entreprise.

ADDBIKE, le triporteur pour tous

Addbike est une entreprise lyonnaise qui permet de transformer n'importe quel vélo en triporteur, de manière temporaire, ou définitive, en ajoutant un caisson de transport au niveau de l'essieu avant, c'est à dire à la place de la roue avant, en à peine 5 minutes, pour un prix environ 2 fois inférieur au prix des triporteurs d'entrée de gamme, avec l'avantage de la flexibilité, et un exceptionnel confort de conduite, puisque les options techniques retenues permettent de garder les mêmes sensations de conduite que sans caisson. Un système de frainage hydraulique à disque est monté directement sur les roues du caisson de transport assurant ainsi une grande facilité pour freiner ou stopper le vélo augmenté de son caisson. L'idée du créateur est de démocratiser le triporteur en ville.

Les ventes commencent fin septembre, via internet, et un réseau de distributeurs, avec un déploiement prévu en Europe en 2017. Et pas de concurrent sur cette offre. On a donc hâte de voir les différents modèles d'Addbike circuler en ville : le modèle pour transporter les enfants, les courses ou les charges.

KIFFY, le vélo cargo de Saint-Etienne qui s’exporte
Kiffy propose un vélo cargo compact, compactable, et transfonctionnel. Inventé à Montbrison, fabriqué à Saint-Étienne, il se vend déjà pour 80% à l’export, à Singapour, aux USA, en Allemagne, en Angleterre ou encore en Corée. Le plan à 3 ans prévoit la vente de 3000 exemplaires pour sa 3ème année de commercialisation, pour un prix public de 2300 euros, pour le modèle standard décliné en plusieurs options : caddy pour le golf, caisson isotherme, poussette, et caddy / charrette pour les courses au supermarché ou à l’épicerie du coin. C’est principalement pour aller faire ses achats que les vélos de Kiffy deviennent trans-fonctionnels : la partie caisson de transport devient un gros caddy que l’on peut détacher du reste du vélo pour le remplir lors des achats, puis ramener plein pour le réassembler au reste du vélo et repartir chez soi, provisions faites.
On peut le ranger en minimisant son encombrement au sol, en le repliant de manière simple.

GUILLAUME PAIN est le Manager Industriel 2016 : Une application de l’Homme au cœur dans l’Usine du futur grâce à EXOR by Thésame (communiqué de presse)

LE PROGRAMME EXOR by THESAME (le LEAN MANAGEMENT DU FUTUR) a été mis en avant lors de la remise du Trophée du Manager

Industriel 2016 à Guillaume PAIN, Directeur Général du JOINT TECHNIQUE (69) lors du salon INDUSTRIE PARIS 2016. Guillaume Pain, DG du Joint Technique,
accompagné d'Henri PAIN Président, et Bruno Turpin, responsable industriel, a souhaité rendre hommage à toute son équipe à l'occasion de la soirée des trophées de l'innovation du salon Industrie Paris le 5 avril.

Le Trophée du Manager Industriel de l'année récompense une initiative majeure ayant contribué à la meilleure performance de l'entreprise. C'est le cas de la PME lyonnaise LE JOINT TECHNIQUE (*) qui, par la volonté de son Président Henri Pain, a organisé sa stratégie dans une démarche d'amélioration continue de performance, de rentabilité et satisfaction clients dans un contexte économique incertain.
Mais pas que…Le véritable déclic est donné début 2012, lorsque qu'il décide d'impliquer et responsabiliser l'ensemble de ses équipes autour du projet «assurer une croissance maîtrisée et pérenne de l'entreprise et des emplois ».
Il choisit le programme Excellence Organisationnelle (EXOR) pour structurer sa démarche. EXOR (**) by THESAME, est une action de formation-action longue (3 ans) permettant une mutation en profondeur de l'entreprise.
Soutenu par le comité de direction du JOINT TECHNIQUE, EXOR a été porté et déployé par son Directeur Général, Guillaume PAIN, dans toute l'entreprise.
EXOR a révélé de profonds changements positifs pour cette PME. Comme aime à le rappeler Cécile Dechand (Directrice de l'axe performance chez Thésame).
« EXOR est Le vrai Lean Management du futur, centré sur l'Homme. C'est un outil redoutablement efficace lorsqu'il devient un axe stratégique comme cela a été le cas chez le JOINT TECHNIQUE ».
Guillaume PAIN

Franck DUC (chef de projet chez THESAME) a vu l'évolution de l'entreprise. « Sur la première année, les priorités d'ordre

organisationnel ont pu être traitées avec un accompagnement fort du comité de direction par THESAME et LIGNE BLEUE et la mise en œuvre directe d'un « projet exemplaire » dans les ateliers. Lors de la seconde étape, le déploiement opérationnel a été déclenché sur le périmètre complet de l'entreprise, en mobilisant tous les cadres et des employés ». Les résultats ont été rapidement quantifiables :
– Nombre de jours de retard dans la production réduit et les causes identifiées
– Nombre de projets doublé en 4 ans avec une qualité d'industrialisation remarquable
– Sujets à forte valeur ajoutée dégagés dans des conditions de travail améliorées en toute sérénité.

La troisième étape de EXOR permet la pérennisation de la démarche d'excellence en privilégiant l'intelligence collective et la recherche des solutions au bon niveau. Pour Guillaume Pain « Cela paye réellement sur le long terme et permet de préparer l'avenir avec sérénité. Les résultats le prouvent : notre usine est désormais organisée en 4 Unités de Production totalement autonomes sur le plan humain et des outils industriels. Les équipes sont responsabilisées. Elles montent en compétence, en niveau d'expertise et progressent quotidiennement ».
Guillaume PAIN souligne aussi l'étonnante collaboration à mi - programme entre ses équipes, Thésame et les 27 étudiants du Mastère Spécialisé Lean de l'ECAM Lyon. « Pendant 4 jours intenses nous avons tout revu, mis en place différents chantiers et engagé les actions d'analyse, de mesure et d'amélioration des flux physiques, d'information et de résolution de problèmes. Cela a été une expérience hors du commun pour notre entreprise »

Il insiste sur le fait que l'entreprise a ainsi gagné 6 à 12 mois et n'en serait pas là aujourd'hui si elle n'avait pas fait ces choix. EXOR n'a été que le révélateur du formidable potentiel de l'entreprise. Par exemple, toutes les décisions

se prennent désormais en groupe et le plan de formation n’est plus une formalité qualité mais il fait partie intégrante de la stratégie.
L’équipe dirigeante du JOINT TECHNIQUE peut se féliciter aujourd’hui d’avoir cru en une équipe engagée et mobilisée à 100 % autour d’un programme à la hauteur de ses ambitions.

Deux vidéos sont disponibles pour visualiser cette fabuleuse expérience :

(*) EN SAVOIR PLUS SUR LE JOINT TECHNIQUE :
PME de 90 personnes fondée en 1975 par Henri PAIN, Président. LJT a réalisé 7 M€ de CA consolidé en 2015 dont 40% à l’export. Le directeur général est Guillaume PAIN depuis 2005 au regroupement des 3 sites historiques.
Fabricant de joints et de pièces techniques d’étanchéité en élastomères, silicone et caoutchouc. L’Entreprise intervient sur des applications statiques et dynamiques avec une gamme de produits standards et développe avec ses clients des pièces techniques (joints découpés, joints moulés, joints toriques…) pour répondre à des problématiques d’étanchéité variées (transfert de fluides, isolation thermique…)
Principaux marchés : l’automobile (45%de son CA), l’industrie, le transport et le médical.
Présent en Tunisie, Chine et en France avec son siège social à Saint-Genis-l ‘Argentière (69).
Certifiée ISO TS 16949 et ISO 9001. Certification ISO 14 001 prévue fin 2016.
LE JOINT TECHNIQUE – La Parlière – 69610 Saint-Genis-l’Argentière – 04 74 26 32 69

(**) EN SAVOIR PLUS SUR LE PROGRAMME EXOR (Excellence Organisationnelle) :
Le programme EXOR, est une méthodologie de Lean Management du futur (Lean 4.0), basé sur l’humain. Il a été conçu par Thésame et il a déjà été déployé auprès de 60 entreprises dans le cadre du plan PME de la Région Auvergne Rhône Alpes.

En perpétuelle évolution pour répondre aux meilleurs standards internationaux, EXOR comprend des phases « intra » dans l'entreprise et des phases collectives entre les diverses entreprises suivant le programme.
– L'accompagnement individuel dans l'entreprise est effectué par des experts Lean management et RH
– Les séminaires, formations et Gemba Walk se font en inter-entreprises permettant le partage des bonnes pratiques et l'enrichissement de
l'expertise de chacun Ces 2 dimensions suivent une méthodologie précise de déploiement. La première étape est dédiée à la formation du CODIR aux fondamentaux du Lean. La deuxième au déploiement au niveau de l'ensemble du personnel. La troisième à la pérennisation de la démarche
et à l'autonomie complète de l'entreprise.
Contact : Franck DUC, Chef de Projet & expert Lean, THESAME – 06 95 50 38 59

EN SAVOIR PLUS SUR THESAME :
Centre Européen d'Entreprise et d'Innovation, apporte une expertise en management de l'innovation, performance industrielle et mécatronique aux PME et aux grands groupes. Thésame assure aussi le suivi et le développement des startups innovantes.
Basé à Seynod (74), Thésame regroupe plus de 2500 industriels, universitaires et laboratoires et intervient essentiellement sur Rhône-Alpes Auvergne et la Suisse avec une équipe de 18 experts. Créé en 2000, Thésame a été reconnu par des prix nationaux et internationaux pour la pertinence de ses actions (trophée du développement durable de l'ONU, Golden Web Award, trophée Innovation et Achat, prix Innovation par la presse économique, label Qualité Europe EBN …). Thésame est une initiative public-privé ayant le soutien du Département de la Haute-Savoie, de la Région Rhône-Alpes Auvergne, de l'Etat, de l'Europe, de la C2A, et de l'Assemblée des Pays de Savoie. Il a été désigné par la Région comme chef de file pour structurer la filière robotique (Cluster COBOTEAM).

Conférence de présentation de l’édition nationale 2015 du Peak Collaborative Index (*), Lyon, 8 décembre 2015, Cité Internationale

La conférence de présentation de l’**édition nationale 2015 du Peak Collaborative Index** (*) « **Qualité des relations entre clients et fournisseurs : état des lieux 2015** » aura lieu le mardi 8 décembre 2015, à 10h30, dans la salle Rhône 1 de l’Espace Rhône Pasteur 1 de la Cité Internationale de Lyon (69, Rhône).

L’intervention dévoile en exclusivité nationale une photographie 2015 de la qualité des relations entre clients et fournisseurs réalisée sur la base de l’enquête Peak Collaborative Index © conduite entre le 6 février et le 30 avril 2015.

S’agissant de la 4ème édition nationale, cet **état des lieux multisectoriel** est mis en perspective des analyses issues des enquêtes conduites depuis 2012 et donne les grandes évolutions. Pour la première fois, **3 panels représentatifs de l’activité économique française** sont positionnés en regard des résultats nationaux. Il s’agit de répondants d’entreprises de la branche de la Métallurgie, de répondants fournisseurs d’entreprises signataires de la « Charte des Relations Fournisseurs Responsables », et enfin de répondants d’entreprises de la filière automobile française.

Cette conférence est animée par Jean Breton, Directeur du

Programme PEAK, Centre Européen d'Innovation THESAME et Jean-Jacques Nilles, Conseiller Scientifique du Cabinet Socrates.

Elle se déroule dans le cadre de la **convention d'Affaires Sous-Traitance Compétitive** http://www.sous-traitance-competitive.com/programme.asp#835029

A l'issue de l'intervention, le rapport des résultats (Chiffres clés, témoignages de TOYOTA, SNCF, NEXTER, NTN SNR, Bouverat Pernat, UIMM, Médiation Relations Interentreprises, Plate-forme Automobile et Mobilités) sera remis aux participants à cette conférence.

(*) La méthodologie : l'indice du **Peak Collaborative Index** © apprécie la qualité des relations client-fournisseur à travers un référentiel de règles de comportements individuels établi scientifiquement et développé avec l'appui de chercheurs et d'experts du sujet. THESAME en coordonne l'édition annuelle avec l'appui du cabinet SOCRATES.