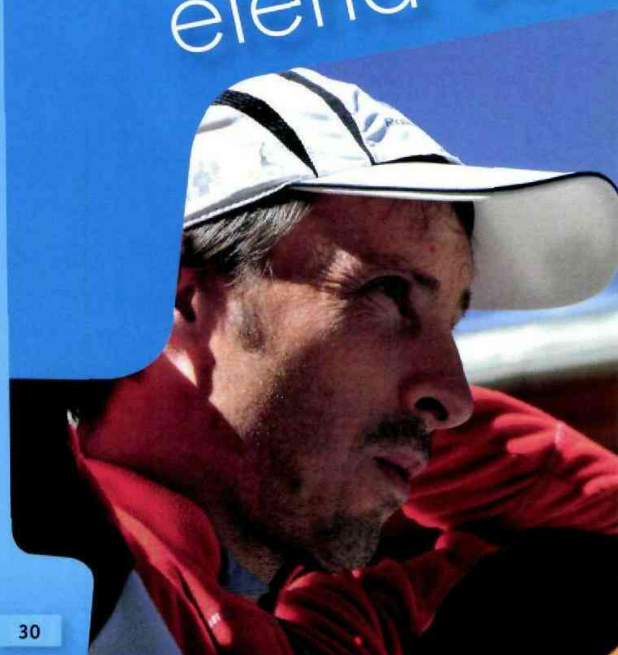




Le mag

RAIDLIGHT

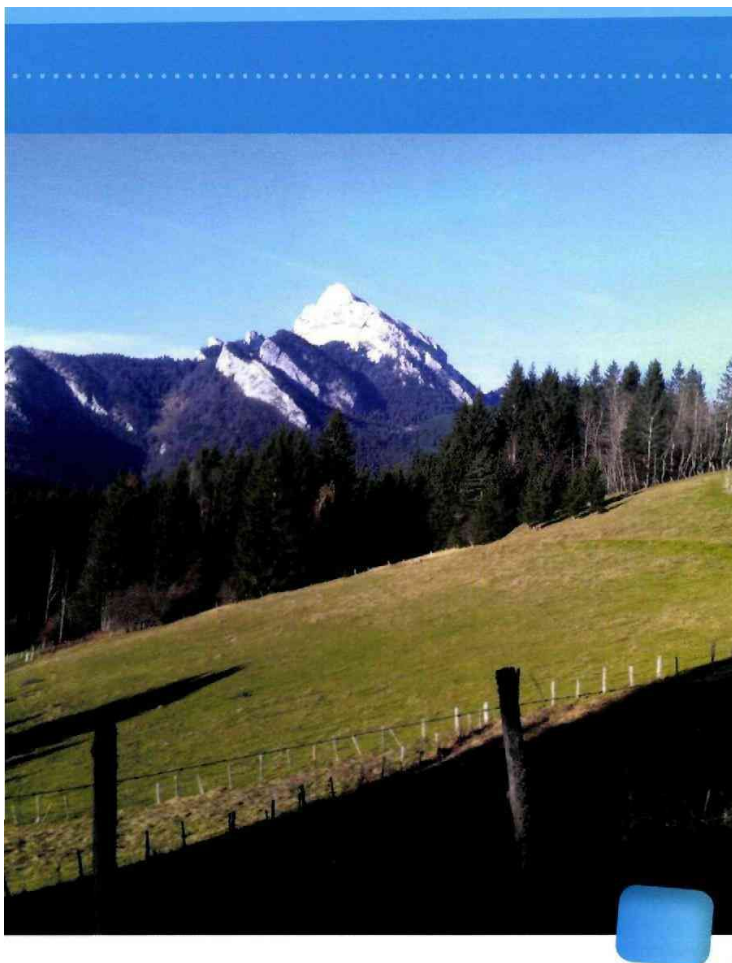
étend son territoire



La petite entreprise ne connaît pas la crise. Portée par une croissance à double chiffre, la société Raidlight a le vent en poupe. Face aux mastodontes du secteur, la PME de Benoît Laval se fait, discrètement, mais sûrement, une place au soleil. 2010 fut convaincant : rachat de Vertical, levée de fonds, distinctions en tout genre. 2011 démarre sous les meilleures auspices, avec un déménagement de la société du Pilat vers St-Pierre-de-Chartreuse, dans des locaux flambants neufs, symboles d'une réussite maîtrisée...

PAR JOËL DOUX ET LUC BEURNAUX





2010, année faste

Deux marques (Raidlight et Vertical), deux univers différents (course à pied et montagne), deux forces commerciales distinctes. L'année 2010 aura vu la société de Benoît Laval prospérer tranquillement et se renforcer face aux mastodontes du marché. Tout commence par un renforcement des capitaux. 400 000 euros, soit 25% du capital, amenés par deux «particuliers» séduit par le projet : un ancien Directeur Commercial et Marketing de Salomon et Petzl, et un industriel stéphanois. «Il nous fallait absolument concrétiser cette levée de fonds pour réaliser nos projets et soulager notre trésorerie» explique B. Laval. «Nous avons des projets de développement sur l'export, et aussi l'ambition de sortir nos chaussures de Trail pour 2012... Cet argent nous permet d'investir et d'avancer». Un capital financier permet de voir venir pour les 5 prochaines années, enlevant un peu de pression au quotidien.

Cette réserve permet aussi de réagir aux bonnes opportunités, fin juin 2010, Benoît Laval rachetait Vertical, spécialisée dans les produits de montagne. Une ironie de l'histoire puisque les produits Raidlight furent fabriqués par Francital/Vertical les premières années de Raidlight... «Pour moi, c'était le symbole de la belle marque, établie. C'était un modèle pour moi» assure Benoît Laval, qui, 10 ans après, rachète la société et prolonge l'histoire, avec la volonté de garder les racines de la marque, tout en dynamisant son côté sportif.

«Raidlight est une petite entreprise dans un monde de sociétés multinationales» résume son fondateur. «Pour exister, il faut se débattre, et miser sur notre dynamisme, et être différent. On a besoin de grandir en volume pour avoir assez place dans les usines, les magasins. Au fil des ans, on a réussi à bâtir une vraie structure, avec stylistes, commerciaux de terrain, etc... N'empêche qu'on reste une anomalie dans le monde des marques outdoor qui sont plutôt des grosses marques, on le sait. Cela nous force à agir autrement, à être plus proche des clients pour concevoir, pour communiquer». Exemple avec le Team Raidlight, qui rassemble pas moins de 3000 coureurs. Un esprit de communauté qui portent l'écusson de la marque, achètent leur panoplie en début de saison, et donnent leur avis sur les produits, participant à leur évolution. «Ces gens ont compris qu'on était une société, mais ils sont contents de faire partie de l'histoire, et de faire évoluer les produits». Des innovations techniques également, qui auront valu deux Janus de l'Industrie à Raidlight (Prix décernés par l'Institut Français du Design. De quoi faire parler de soi, et de laisser son empreinte....

Une belle histoire peut commencer, ou se poursuivre, par un déchirement. Historiquement installée dans le massif du Pilat, à quelques encablures de Saint Etienne, la Success Story de Raidlight ne passera plus par Saint-Genest-Malifaux. C'est pourtant là qu'en 1999, le jeune ingénieur textile Benoît Laval «tricote» ses premiers prototypes, à ses rares heures perdues. Le week-end, ses deux traiteaux en bandoulière, il écume les raid orientation, fier de présenter les premiers produits d'une gamme qui allait essaimer. Sur le Marathon des Sables, le Défi de l'Oisans, à La Réunion, et tous les territoires sur lesquels il s'aligne brillamment, Benoît met ses trouvailles à l'épreuve du terrain. Une carrière de coureur de fond puis de trailer qu'il combine à cette activité professionnelle grandissante. 11 ans de présence dans la Loire, une vingtaine d'emplois créés au fil de la décennie, des salariés qui consomment et participent à l'économie locale, 15 000 colis envoyés annuellement via le petit bureau de Poste de Saint Genest, pour finalement si peu de reconnaissance et de soutien à l'heure de répondre aux velléités de développement de la société.

Car Benoît Laval, visionnaire comme doit l'être tout bon chef d'entreprise, ne veut pas s'arrêter en si bon chemin. Conforté par des chiffres de croissance confortables (+ 30% à la fin du dernier exercice 2010), Benoît sent que le moment est venu de voir plus grand. «Travailler à 25 dans 150m², cela ne devenait pas pratique. On a sondé nos employés il y a 2-3 ans, pour savoir comment ils voyaient l'évolution de la société. Leur désir était de pouvoir évoluer dans un bâtiment moderne, aux normes écologiques, dans un environnement agréable pour aller courir entre midi

Le mag



et deux. De là, nous avons décidé de chercher un site qui pourrait nous accueillir» raconte Benoît. Fidèle à ses attaches, Benoît débute les recherches dans le massif du Pilat. En vain. «Pendant 15 mois, j'ai étudié différents projets, sur plusieurs terrains de la région. Cela a pris un temps infini pour mobiliser communauté de communes, propriétaires, Parc naturel. On nous proposait uniquement des sites en Zone industrielle ou artisanale, ce qui ne correspondait pas à notre philosophie» se souvient l'intéressé. «En 11 ans de présence à Saint Genest, on a vu qu'une seule fois un représentant du Parc Régional ; et encore, il ne voyait pas par quel bout il pouvait nous aider, il n'avait pas vraiment de vision du territoire» regrette Benoît.

Alors il élargit les contacts. Adresse une quinzaine de courrier à des communes du Vercors, des Bauges et de Chartreuse. Finit par sélectionner trois finalistes : Lans-en-Vercors, Saint-Pierre-de-Chartreuse, La Féclaz. Avec un avantage pour cette dernière. «Le problème, c'est que La Féclaz, c'est plus une station de ski qu'un village. Or on cherchait un cadre de vie pour nos salariés». Saint-Pierre-de-Chartreuse, largement outsider dans ce tiercé, n'abandonne pas. Revient à la charge. Et finit par l'emporter. Réceptive et réactive, la petite commune (1.000 habitants) de Chartreuse séduit, et convainc. Trouve un terrain de 2 500m² à proximité du cœur de village, et est extrêmement réactif administrativement pour permettre au bâtiment de s'imaginer et se construire en moins de dix mois. Les autochtones jouent les familles d'accueil, en parrainant les salariés voués à un déménagement de plus de 300km.

Ni cité d'ortoir, ni village désert, la commune se bat pour redorer une image vieillissante, et se faire connaître d'une autre manière que par son célèbre élixir... «L'arrivée de Raidlight s'est faite au bon moment» assure le maire Christophe Ses-

tier «Nous étions alors en pleine réflexion sur l'aménagement du village, les changements stratégiques, économiques et touristiques qu'il nous fallait aborder. Il nous faut attirer une autre clientèle, plus jeune, plus sportive, rajeunir notre image, moins compter sur la neige, sans perdre le côté familial de la station. Comme tout territoire rural, ce n'est pas facile d'attirer les entreprises et de consolider ou développer le tissu économique. Mais la Chartreuse réussit son pari de diversification, puisqu'en plus de Raidlight et Vertical, un nouveau leader dans le secteur outdoor vient s'installer au printemps 2011 à Saint-Pierre, KOXX, n°1 mondial du vélo de Trial et de BMX. La Chartreuse va devenir un pôle d'innovation de la pratique outdoor».



LE CONCEPT INNOVANT DE STATION TRAIL

Les deux parties voient surtout dans cette installation un vrai projet de territoire, et une diversification possible des activités dans un massif qui s'y prête parfaitement. Car dans ses lourdes valises, Benoît Laval transporte un projet global. Un nouveau site pour l'entreprise certes, mais aussi le concept innovant de Station-Trail. Les clients pourront en effet tester les produits de la marque sur des parcours dessinés autour du site. Notamment un stade de trail en herbe, où faire des séries de fractionnés, un terrain balisé pour faire un travail de côte, un parcours vallonné pour faire du seuil, mais aussi un kilomètre vertical tracé entre le bas du village et le sommet des pistes, et des parcours de randotrail de 10, 15 20 et 30 kilomètres empruntant les chemins de randonnée alentour. Vestiaires, douches, tapis roulants et sauna sur le site de départ dans le bâtiment Raidlight, et tout cela





Le trail en Chartreuse

Le Trail en Chartreuse, c'est historiquement le Grand Duc. Une épreuve qui a fêté sa 21^e édition en 2010, et qui «tire» la discipline dans la région, en proposant un Tour du Massif de la Chartreuse. Pour la prochaine édition, les organisateurs prévoient de mettre en avant le Plateau des Petites Roches et la Réserve Naturelle des Hauts de Chartreuse.

Derrière cette organisation pionnière, des épreuves plus confidentielles sont apparues, comme le trail de l'Ours, de Montagnole, du Buis, du Facteur, qui dès 2011 intègrent le nouveau Challenge des Trails de Chartreuse.

Benoît Laval fête son arrivée dans la région en organisant durant le prochain week-end de l'Ascension (2-3-4 juin) «Les 3 jours de Chartreuse». Le but : faire connaître le concept de Station Trail, et faire découvrir la Chartreuse via trois formats de compétition différents. Le jeudi un parcours à étapes avec liaisons et sections chronométrées. Le vendredi, un kilomètre vertical, et enfin, le samedi, un trail de 45km et 4000m D+ (ou 21km /1.800m) passant par les quatre grands sommets visibles de Saint-Pierre(Pravouta, Chamechaude, Charmand Som, et Grand Som), suivi d'une soirée festive comme sait en procurer le Trail.

connecté sur une base internet, pour que chacun puisse étalonner ses entraînements parmi la communauté des utilisateurs. Une continuité dans le projet qui séduit le parc régional local. *«Nous savons que l'avenir de la neige est en question pour les stations comme les nôtres»* explique Charlotte Dupont, responsable du développement sport nature au Parc régional. *«Avec la raréfaction de l'or blanc, l'économie est en baisse au fil des ans. Il nous faut trouver un second souffle. Se diversifier, aller vers les sports de pleine nature. Nous accompagnons, dans ce sens, les différents trails du territoire, et désormais avec l'arrivée de Raidlight, on joue cette carte à fond».* La preuve : dès le deuxième rendez-vous avec la société, le Parc et la commune ont proposé de co-financer le projet de Station Trail, pour que ce soit un outil collectif du territoire. *«Ce projet a boosté notre envie d'encourager ces pratiques et les différents événements qui s'y rapportent. C'est clair que les élus ont senti une opportunité en terme d'économie touristique, et ils ont mis le paquet, en travaillant sur les itinéraires, et en impliquant tous les acteurs, dont le bureau de la montagne par exemple...».* Comme un effet boule de neige déferlant sur le territoire, qui provoque beaucoup d'attentes. *«C'est vrai que le territoire avait du mal à franchir un cap, et voir ces projets se concrétiser si vite, cela a parfois effrayé la population. Mais en expliquant les choses, on a pu facilement rassurer les rares septiques, et souder tout le monde derrière le projet. Cela donne une grosse énergie au territoire»* assure Charlotte Dupont. Et ajoute un peu de pression supplémentaire à Benoît Laval, qui a déjà dû mettre entre parenthèse sa saison sportive 2010 (honorée tout de même par une victoire au Népal sur Anapurna Mandala Trail et une 4^e place à l'Alpine Swiss Marathon). *«On ressent cette attente, c'est indéniable, mais je ne suis pas Saint Bruno (*), je ne suis là que pour faire mon job, et concrétiser 28 ans de course à pied dans un outil d'entraînement révélé...»* conclut l'intéressé dans un sourire malicieux... ●



Le nouveau QG de Raidlight

Les nouveaux bureaux de Raidlight respirent la modernité, au sortir du village de Saint-Pierre-de-Chartreuse. Installé sur un ancien parking, à quelques pas du centre-village, le bâtiment en impose, avec **ses 1000m² de surface**, où travailleront les **26 employés** de la société, Cartusiana le bureau de la montagne, et l'animateur de la station de Trail. Avec son **ossature bois**, ses 200m² de **photovoltaïque** sur le toit, une **VMC double flux**, le bâtiment tend à se rapprocher des normes **basse consommation**. 350m² de la surface seront consacrées au stockage et à la préparation des commandes, qui correspondent à 50 à 80 colis par jour. Les bureaux représenteront 300m², le magasin test 80m². Le reste sera composé d'un grand sas R&D où sera expliqué la genèse des produits majeurs, et des explications sur les matériaux. Une grande baie vitrée donnera sur l'atelier de R&D, d'où l'on apercevra les machines à coudre, et où œuvreront modélistes et designers. **Des produits à tester** seront mis à disposition en permanence, gratuitement, pour obtenir des retours de test sur des bornes informatiques. De retour du terrain ou des tapis roulants mis à disposition, le testeur pourra aller se doucher, s'offrir un petit sauna. **Les groupes, clubs** ou autres pourront bénéficier des installations pour la durée choisie (entraînement, séminaires) et pourront bénéficier de l'accueil d'un animateur qui les éclairera sur les parcours à proximité du site. **Sur les parcours balisés**, les athlètes pourront se mesurer entre eux, en entrant leurs «performances» dans une vaste base de données. Un petit bijou qui aura nécessité au total un budget de 1 400 000 euros...

