

REVUE DE PRESSE

Raidlight-Vertical SAS *Corporate & Business*



Sélection non exhaustive de toutes les parutions presse et vidéos

Mise à jour : Aout 2014

Contact :

Raidlight-Vertical SAS

Chemin de Perquelin – 38380 ST-PIERRE-DE-CHARTREUSE

contact@raidlight.com – (+33)4.76.533.555

www.raidlight.com / www.verticalmountain.com

CHARTREUSE
OUTDOOR LAB []



Liens Vidéos*



Class'Affaires – Télé Grenoble – Avril 2014



« A l'intérieur de l'entreprise » - Aout 2013

** Sélection non exhaustive de vidéos*

Coupures de presse*

Raidlight, le Trail en mode majeur – L'EQUIPE – Juin 2014

Benoit Laval, le « traileur » bouge les montagnes – LA CROIX – Juillet 2014

Vivre à la montagne – LE MONDE – Juin 2014

« Impliquer nos clients dans le processus d'amélioration des produit » - DECIDEURS EN REGION – Juin 2014

Les lauréats des « Trophées de la montagne française » - FILIERE SPORT – Juin 2014

Ouvert à tous – SPORT ECO – Juin 2014

Des textiles photovoltaïques d'ici à cinq ans ? – ZEPROS – Juin 2014

Raidlight : innover ensemble – L'ESSOR DE LA LOIRE – Mai 2014

Outdoor Lab, une nouvelle entité pour Raidlight et Vertical – VO2 RUN – Avril 2014

CALAO FINANCE investit dans la marque de vêtements de sport RAIDLIGHT-VERTICAL – FUSACQ – Mars 2014

Un outdoor made in France ? – SPORT ECO – Mars 2014

Un labo pour rendre le Made in France viable – LES ECHOS BUSINESS – Mars 2014

Sporaltec accompagne le « made in France » - OUTDOOR EXPERTS – Mars 2014

Le fabricant Raidlight donne dans le tissu collaboratif sur la Toile – LIBERATION – Décembre 2013

« Notre force de vente ce sont nos clients » - LA VOLONTE DES PME – Septembre 2011

La Montagne ouvre ses sentiers aux coureurs – LE MONDE – Juin 2011

** Sélection non exhaustive de toutes les parutions presse*

L'ÉQUIPE
LE QUOTIDIEN DU SPORT ET DE L'AUTOMOBILE

FRANCE - ALGERIE
LE 10/10

LA PORTE DU PARADIS

Les Bleus affrontent les Super Eagles de Nigeria pour accéder en quart de finale et figurer parmi les sélectionnés qui comptent dans le monde.

GUERLAIN
L'HOMME IDEAL EST UN MYTHE. SON PARFUM, UNE REALITE.

LE MONDIAL PARFUMS AWARDS 2013

OMNI CYCLISME CHAMPIONNATS DE FRANCE ÉLITE - COURSE EN LIGNE

Démare, né pour réussir

Le nouveau champion de France a battu au sprint son meilleur ennemi - Nacer Bouhariani. À vingt-deux ans, le Picard de la FDJ suit un destin écrit depuis longtemps.

Coquard ? Non, Reza

Les émotions inversées

Bouhanni en a fini

RÉUSSIR EN ÉQUIPE, AVEC bpi france

RAIDLIGHT, LE TRAIL EN MODE MAJEUR

RÉUSSIR EN ÉQUIPE, AVEC bpi france

RAIDLIGHT, LE TRAIL EN MODE MAJEUR

« Je fais de la course à pied depuis l'âge de 10 ans. J'ai créé Raidlight, en associant cette passion à mon métier d'ingénieur textile » déclare Benoît Laval. Quinze ans après, la marque de vêtements, sacs et chaussures de Trail compte 34 collaborateurs et affiche une croissance annuelle à 2 chiffres. « Partir de zéro avec des concurrents qui sont des multinationales, il fallait certainement être un peu inconscient. C'est peut-être un peu comme en ultra-trail : pour se lancer sur des distances extrêmes, il ne faut pas penser à la distance globale de la course mais la découper en petites étapes qui se succèdent. » Une philosophie qui s'est avérée payante pour ce sportif invétéré. La différence ? Des clients et des collaborateurs qui participent en direct à la conception avec pour ré-

sultat des produits plus légers, plus astucieux, plus ergonomiques. « C'est la force n°1 de Raidlight ! » Outre la fabrication de produits, Raidlight s'est lancé dans un réseau de stations de Trail en partenariat avec les offices de tourisme. « Pour une marque innovante comme Raidlight, Bpifrance c'est un réflexe ! Nous utilisons leurs services avant tout pour le financement de projets innovants, sous forme d'avances remboursables, comme lorsque nous avons mis en place un projet de ski de randonnée aux courbes particulières, ou encore pour notre concept de chaussures de Trail à l'amorti et la semelle renouvelables et interchangeables. » Le salon Ultra-Trail, c'est fin août à Chamonix. Venez y découvrir le nouveau maillot Ultralight Performer.



Benoît Laval lors de l'Oman Desert Marathon (200 km en 6 jours) en 2013, où il s'est classé 4^e en 14h57'51"

Entrepreneurs, Bpifrance vous soutient en prêt et capital, contactez Bpifrance de votre région : bpi france.fr

Date : 06/07/2014

Benoît Laval, Le «traileur» bouge les montagnes

Par : Bénévent Tosseri



RAIDLIGHT

Benoît Laval.

Les chamois ne sont pas les seuls mammifères à cavalier, l'été, sur les pentes du massif de la **Chartreuse**. Depuis 2011 prolifère une autre espèce, les «**traileurs**», ces sportifs qui courent sur les sentiers (au lieu de marcher).

Pour se rendre dans les pré-Alpes, beaucoup partent des locaux de **Raidlight**, l'entreprise fondée par Benoît Laval, à **Saint-Pierre-de-Chartreuse** (Isère). Dix mille sportifs transitent chaque année par le bâtiment écolo du fabricant de chaussures et de sacs à dos qui leur sont destinés. Une vraie relation symbiotique.

Saint-Pierre-de-Chartreuse est devenue la **première station de trail** après l'arrivée de cet entrepreneur de 44 ans. Confrontée au manque d'enneigement, la commune cherchait à diversifier ses activités, et le Parc naturel régional de **Chartreuse** à augmenter sa fréquentation. L'ancien membre de l'équipe de France de trail, lui, était en quête d'un endroit où installer son entreprise, fondée dans la Loire en 1999.

Il s'est implanté au contact immédiat de ses clients, ses premiers testeurs. «*Nous n'avons qu'une machine à café, pour que clients et salariés se croisent*», rapporte l'ingénieur textile. Les traileurs peuvent même emprunter vestes, sacs ou chaussures de la marque dans le laboratoire de R&D.

Évaluation du site

Site du journal papier La Croix. Il dispense une actualité quotidienne et généraliste composée d'articles de la rédaction et de dépêches AFP.

Cible
Grand Public

Dynamisme* : 336

* pages nouvelles en moyenne sur une semaine

À condition de remplir un questionnaire au retour. Une stratégie permise par la faible taille de la société et qui lui assure une croissance à deux chiffres (4 millions d'euros de chiffre d'affaires, pour 34 salariés).

Si tous les produits de la société sont conçus sur place, l'atelier de confection isérois ne fabrique que 5% de la production de Raidlight et de Vertical, la marque d'alpinisme rachetée en 2010. «*Pour fabriquer en France, nous devons changer le processus d'assemblage des tissus, les souder ou les thermocoller, plutôt que de les coudre*», explique Benoît Laval.

Il y travaille au sein des Ateliers de nouvelles technologies textiles (ANT-Tex), l'un des nombreux projets auxquels est associée l'entreprise, qui a également reçu le soutien de Bpifrance. Le tout dans une démarche «écoresponsable», concrétisée par plusieurs programmes de recherche. Autant d'activités qui n'empêchent pas ce père de deux filles de continuer à s'aligner au départ de nombreuses courses.

Vivre à la montagne

Ouvrir des voies pour 2040

La région Rhône-Alpes réunit le 25 juin son premier conseil Montagne 2040. Une opération, lancée en janvier 2012, dont l'objectif est de mettre en place sur trente ans des scénarios de réponse aux grands défis de la vie en altitude



Saint-Philibert, dans le massif de la Chartreuse (Isère).
SYLVAIN FRAPPAT POUR LE MONDE

Dans l'imaginaire français, la montagne est marquée à la fois par l'exode rural des années 1960 (la chanson de Jean Ferrat...), la revendication des années 1970 de « vivre et travailler au pays » et, surtout, par l'or blanc des sports d'hiver. Les zones de montagne constituant 23 % du territoire national, certaines se repeuplant de néoruraux et les massifs étant touchés par les conséquences du réchauffement climatique, il était crucial de revoir complètement la façon de considérer le développement de ces espaces. C'était la volonté du président du conseil régional de Rhône-Alpes quand il a lancé, voilà deux ans et demi, la « démarche prospective et participative "Montagne 2040" ».

Une démarche logique pour cette région : ils sont aujourd'hui plus de 3 millions, soit la moitié des Rhônalpins, à vivre en montagne. La montagne représente les trois quarts du territoire régional, avec trois massifs très différents (Jura, Alpes, Massif central), et elle concerne peu ou prou chacun des huit départements. Sur tout, la population concernée évolue : dans les trois massifs et sur toute la zone concernée, le nombre d'habitants montagnards a augmenté depuis 1990, avec même une croissance accélérée entre 1999 et 2009.

D'un autre côté, explique-t-on à la région, « le

changement climatique, les ressources disponibles qui se raréfient et la fragilité des modèles économiques demandaient de s'interroger sur la pertinence du modèle de développement actuel des montagnes ». En clair, avec la fonte de certains glaciers, la baisse de 40 % en quarante ans de l'enneigement des stations de moyenne montagne, les menaces sur les vallées traditionnellement industrielles et la demande forte pour des sports d'hiver ou d'été écologiquement responsables, il fallait d'urgence redonner un élan à cette économie si particulière. Après tout, avec ses 150 stations, la région Rhône-Alpes possède le premier domaine skiable au monde !

300 jeunes sollicités

L'objectif de l'exercice « Montagne 2040 » a donc été de mettre en place des scénarios sur trente ans, répondant à de grands défis, tels que se loger, se former, trouver un emploi, se déplacer, créer et développer son entreprise, reprendre une exploitation agricole, favoriser un tourisme durable sur quatre saisons, avoir accès aux soins et à la culture. Elus, experts, associations, professionnels, mais aussi 300 jeunes, ont participé à cette réflexion qui a donné lieu à la rédaction d'un rapport ambitieux, présenté en juin 2013. « D'emblée, nous avons sollicité les jeunes pour amorcer cette démarche : ils sont

nombreux à vouloir bâtir leur vie là-haut, attirés par la beauté des paysages, le calme et l'espace », explique Claude Comet, conseillère régionale déléguée au tourisme et à la montagne. Et ils sont concernés au premier chef par les mesures pour l'emploi imaginées dans cette démarche, au travers notamment de la formation à la pluriactivité, la fameuse double qualification.

Mais l'affaire n'en est pas restée là. Une des préconisations du rapport était la mise en place du conseil Montagne 2040 pour continuer à faire vivre le dialogue (notamment entre les environnementalistes et les professionnels des stations) et soutenir les initiatives qui participent à cet effort de nouveau développement de l'activité montagnarde.

Mercredi 25 juin, Jean-Jack Queyranne, président (PS) de la région Rhône-Alpes, réunit donc pour la première fois ce conseil Montagne 2040 à Entremont-le-Vieux (Savoie), dans le parc naturel régional de la Chartreuse. « A cette occasion, des projets porteurs d'innovation sociale, sociétale et économique seront labellisés pour leur caractère exemplaire et démonstratif », explique-t-on dans l'entourage de M. Queyranne. Huit domaines sont concernés : l'aménagement du territoire, l'énergie, le travail, le tourisme, les nouveaux modèles économiques, les réseaux (de transport, mais aussi numériques), les services de proximité et les activités culturelles.

Cette liste donne une bonne idée de l'ampleur de la tâche. Il faut, par exemple, développer de nouveaux modes de transport, reconverter des emplois industriels, utiliser le haut débit pour le travail à distance ou promouvoir de nouveaux loisirs en moyenne montagne. Les projets labellisés devront donc suivre de nombreux critères qui peuvent sembler difficiles à marier : être innovant et pérenne, préserver et valoriser les ressources naturelles, mettre l'accent sur la jeunesse, inscrire l'emploi dans la durée, favoriser la solidarité et jouer sur la dynamique européenne. Rien que ça.

Mais lorsqu'on interroge ces nouveaux entrepreneurs ou les élus, on comprend vite que ces critères sont essentiels. Le défi consiste en effet à s'appuyer sur un écosystème à la fois compliqué et fragile pour susciter des activités « douces » et sobres, tout en évitant de transformer la montagne en un espace entièrement sanctuarisé... et vide. Il faut tenir compte des ambitions des développeurs de station, tout en donnant satisfaction aux associations de protection de l'environnement. « Montagne 2040 » a réussi à les faire dialoguer. Reste donc maintenant, par la force de l'exemplarité des initiatives labellisées, à tisser sur tout le territoire montagnard un réseau d'activités qui fasse émerger une nouvelle montagne. ■

DIDIER POURQUERY

Travailler sur place toute

Entrepreneurs, artisans, médecins... ils ont su intégrer leur activité professionnelle au cadre

« Ma carrière de chef d'entreprise n'a rien d'une reconversion »

Benoît Laval, patron de Raidlight, marque de trail-running, et coureur de trail, à Saint-Pierre-de-Chartreuse

Benoît Laval peut se targuer d'une carrière professionnelle et d'un palmarès athlétique parallèles mais également impressionnants. Son CV mêle en effet de remarquables performances de coureur de trail ou d'épreuves de course à pied en milieu extrême, et une expérience d'ingénieur textile qu'il a su faire évoluer, au point de créer sa propre marque de vêtements et d'équipement outdoor. En 1999, il est ainsi devenu chef de l'entreprise Raidlight : du matériel léger, résistant, ergonomique, particulièrement adapté au trail ou à la randonnée jusqu'en haute montagne. Avec la marque Vertical, qu'il a rachetée en 2010, Benoît Laval développe aussi des produits d'alpinisme.

Dix mille touristes trailers ont testé les installations de Saint-Pierre-de-Chartreuse

Son sens des affaires s'est opportunément articulé avec les aspirations des élus de Saint-Pierre-de-Chartreuse, désireux de donner un coup de jeune à leur activité touristique et de proposer des activités aussi ludiques que sportives aux coureurs taciturnes et aux familles. En 2011, Benoît Laval a eu vent qu'un grand terrain abordable était à vendre dans la petite commune iséroise. Il n'a pas hésité à y déménager ses bureaux, alors installés dans le massif du Pilat, près de Saint-Etienne. Il a ensuite fait profiter la commune de ses connaissances pour contribuer à créer à Saint-Pierre-de-Chartreuse un stade de trail géant, avec des boucles de kilométrages différents, des parcours pour l'entraînement en côte ou le fractionné.

Dans un seul et même lieu, les clients-touristes peuvent aujourd'hui tester son matériel et s'entraîner en pleine nature. A leur disposition également, douches, saunas, salle de musculation et de relaxation. Ils peuvent aussi consulter des plans d'entraînement spécifiques pour telle ou telle compétition à venir. Avec ses mo-

dules de stages ou ses journées de coaching, le concept est prisé des entreprises, qui choisissent l'endroit pour y organiser des sessions de cohésion d'équipe...

« Ma carrière de chef d'entreprise n'a rien d'une reconversion, insiste cependant Benoît Laval. Je m'entraîne midi et soir et je prends toujours régulièrement le départ de courses. » Ce Francilien d'origine, âgé de 42 ans, s'est ainsi classé en avril 4^e de l'Annapurna Mandala Trail, une course de huit jours en autonomie, l'opposant – entre autres – à des coureurs professionnels et à de redoutables adversaires népalais. Auparavant, il a disputé plusieurs fois l'Ultra-Trail du Mont-Blanc et a fréquenté l'équipe de France de trail. Témoins de cette boulimie athlétique, les nombreux trophées alignés sans ostentation dans un escalier sombre des locaux du siège de son entreprise à Saint-Pierre-de-Chartreuse. « Certains ont été gagnés par des collaborateurs », précise modestement M. Laval.

Les produits Raidlight-Vertical sont fabriqués au Vietnam. « Question de survie économique », explique Benoît Laval. Mais Saint-Pierre-de-Chartreuse et lui mettent aussi un point d'honneur à maintenir 6 % de la production textile de l'entreprise sur place. Raidlight propose également un service, rare dans le monde du running, mais remarquablement inscrit dans la veine du développement durable : le ressemelage des chaussures à prix modique. La semelle est refaite, en une dizaine de jours, pour 15 à 20 euros et l'amorti intérieur pour 9 à 12 euros.

La PME, qui emploie 34 personnes, se doit d'être inventive. « Nous serons toujours minuscules par rapport aux multinationales, dit M. Laval. Impossible par exemple de rivaliser avec les offres financières des grosses marques de la spécialité pour s'attacher les services d'athlètes-ambassadeurs figurant parmi l'élite des trailers. » Il a donc « pris la question à l'envers », en créant un « team Raidlight » composé de clients passionnés. « Les retours d'expérience qu'ils nous apportent au sujet de notre matériel nous sont plus utiles que ceux que pourrait nous livrer une star de la spécialité qui, de toute façon, n'utilisera pas nos produits sans les avoir au préalable bricolés à sa sauce », se convainc-t-il.

Benoît Laval mise sur le « tout niveau », autrement dit la masse. « Un outil informatique qui permet aux clients Raidlight de communiquer, entre eux et avec nous, et de gigantesques apéri-

tifs conviant jusqu'à 4 000 personnes les réunissent à la veille des plus grandes courses. »

Depuis leur ouverture, en 2011, 10 000 touristes trailers ont testé les installations de Saint-Pierre-de-Chartreuse. De quoi inspirer à Benoît Laval la revente de ce concept de « station trail » à plusieurs autres endroits montagneux en France,

mais aussi à l'étranger (en Espagne, au Luxembourg, en Belgique...). « Il y en aura de 15 à 20 d'ici à la fin de l'année, affirme-t-il. On s'appuie à 99 % sur des chemins existants, sur lesquels on peut à la fois courir et faire du tourisme. » ■

PATRICIA JOLLY (SAINT-PIERRE-DE-CHARTREUSE, ISÈRE, ENVOYÉE SPÉCIALE)



Benoît Laval, le 20 juin.

SYLVAIN FRAPPAT POUR « LE MONDE »

« La SCOP, c'est l'avenir »

Ludovic Biais, serrurier-métallier à Saint-Pierre-d'Entremont

Ludovic Biais est arrivé en montagne par la Haute-Savoie comme animateur dans un centre de vacances social, avant d'égarer ses saisons comme barman ou skiman dans les stations voisines. Ce Berrichon, qui trouvait sa terre d'origine « trop triste et minée par le chômage », l'a quittée, un CAP de serrurier-métallier en poche. Il a repris ce métier à Voiron (Isère) où un mentor lui a enseigné les bases de la forge. « Grâce à lui, je suis sorti de l'artisanat classique pour découvrir une expression plus artistique de mon métier », dit-il.

Aujourd'hui âgé de 48 ans, le forgeron-serrurier-métallier est installé à Saint-Pierre-d'Entremont, en Chartreuse. « Ludo », comme tout le monde l'appelle, regorge d'idées et n'est jamais à cours d'ouvrage. Dans les hameaux, on se refuse rarement un service. Alors, il répare tout, de la charrue aux garde-corps des trottoirs. Il répond aussi aux appels d'offres des communes environnantes pour monter des parcours ludiques destinés aux enfants ou rénover le patrimoine local ou national, tel un ancien télégraphe. Adeptes de la récupération et de la décroissance, il fabrique aussi des toits de grange avec des bidons de goudron liquide de 200 litres retravaillés. Sa dernière trouvaille ? L'assemblage de modules jardiniers à partir de tôles rouillées, destinés à la culture de salades et autres légumes sur les balcons citadins. Avec eux, il compte bien lancer une tendance. « C'est esthétique et utile », assure-t-il.

Mais Ludo l'avoue volontiers, il n'est pas le roi de la paperasse et ne pourrait réaliser ses projets sans la société coopérative et participative (SCOP) montée par Oxalis, une entreprise haute-savoyarde. Il l'a rejointe en 2003, lorsqu'il a dû s'installer à son compte. « Une amie m'avait entraîné à une réunion », se souvient-il. Il

s'en félicite aujourd'hui. Cette coopérative d'entrepreneurs revendique une volonté de travailler « autrement », « sans hiérarchie », et de « développer des activités économiques par la coopération, l'émancipation des personnes et l'accompagnement des métiers et des compétences dans la durée, dans un cadre bien défini ». En gros, après une phase test grandeur nature – un contrat d'appui en projet d'entreprise (CAPE) –, il est possible de signer un CDI avec la SCOP. « Une SCOP, ça gère tout, explique Ludovic, et cela présente l'avantage de placer l'humain avant les questions d'argent. C'est de l'économie sociale et solidaire, une ouverture, une avancée considérables. » Il estime que plus de 200 hommes et femmes des environs ont rejoint Oxalis.

Ludovic s'offre ainsi « le luxe » de déléguer à un membre de sa SCOP ses devis et factures. « Il prend aussi les cotes et réalise des plans, dit-il. Ainsi, je peux me consacrer à la mise au point ou à la conception, ce qui me permet d'exprimer un sens artistique que je ne soupçonnais pas. » Il avoue avoir pu poursuivre son activité grâce à cette structure : « La SCOP, c'est l'avenir. Sur-tout quand tu es bon ouvrier et piètre gestionnaire. Elle recueille 15 % de nos marges, mais apporte une richesse humaine et du réseau. Mon travail a la couleur et l'odeur de l'artisanat, mais j'ai un statut de salarié, même s'il est fluctuant car lié à mes projets. Tout ne me tombe pas tout cuit dans le bec. » Ludovic Biais apprécie d'avoir chaque mois une feuille de paie et de pouvoir bénéficier d'un arrêt de travail, en cas de maladie ou de blessure. « C'est une sécurité, dit-il. Car vu ma personnalité et mon fonctionnement, j'aurais dû être « éliminé » depuis longtemps par le système classique. » ■

P. JO. (SAINT-PIERRE-D'ENTREMONT, ISÈRE, ENVOYÉE SPÉCIALE)



Ludovic Biais, le 20 juin.

SYLVAIN FRAPPAT POUR « LE MONDE »

www.decideursenregion.fr

Date : 20/06/2014

Benoit Laval, Raidlight-Vertical : « Impliquer nos clients dans le processus d'amélioration de nos produits »

Par : -

Spécialisée dans les équipements pour le **trail**-running et la randonnée (chaussures, textiles, matériel...) à **Saint-Pierre-de-Chartreuse** (Isère), Raidlight-Vertical a pour marque de fabrique une interaction constante avec les utilisateurs de ses produits. Rencontre avec Benoit Laval, passionné de course à pied et fondateur de cette entreprise innovante qui emploie 34 personnes pour un chiffre d'affaires de 4,6 millions d'euros.



Benoit Laval, Président fondateur de RAIDLIGHT-VERTICAL

Vous avez reçu de nombreux prix récompensant votre modèle économique innovant. Pouvez-vous nous présenter l'ADN de votre entreprise ?

Benoit Laval : Nous sommes précurseurs, différents. Dès la création de l'entreprise, nous avons choisi de l'ouvrir vers l'extérieur, de faire participer nos clients en les impliquant dans le processus d'amélioration de nos produits. Ils peuvent donner leurs avis dans « l'atelier de conception virtuel »

Évaluation du site

Ce site émane de la Caisse d'Épargne. Il s'adresse aux entrepreneurs et leurs propose des articles concernant la finance et les produits financiers professionnels.

Cible
Professionnelle

Dynamisme* : 10

* pages nouvelles en moyenne sur une semaine

présent sur notre site internet. Notre laboratoire R&D, à Saint-Pierre-de-Chartreuse, est ouvert au public. Une cinquantaine de produits sont disponibles en permanence au « magasin-test » pour des essais gratuits. Notre sac « Olmo pack désert », vendu chez Nature & découvertes, est l'exemple phare de la R&D collaborative. Le produit a été modifié par une cinquantaine de clients et il évolue encore !

Comment vous est venue cette idée ?

Benoit Laval : Naturellement. J'ai créé l'entreprise en 1999, d'abord de manière artisanale. J'ai mis au point mes premiers prototypes à partir de ma propre expérience de coureur. Je les ai vendus aux sportifs au moment des compétitions, sur le terrain, et sur internet, accompagnés de photos de moi les utilisant. J'ai eu l'occasion de discuter avec les utilisateurs de vive voix ou par mail. La proximité est notre force, on la cultive.

Vous avez créé le concept de « station de trail ». Pour quelles raisons ?

Benoit Laval : En 2011, nous avons ouvert au coeur de la **Chartreuse**, à partir de notre siège social, la **première station** européenne de **trail**, toujours dans l'idée de faire tester nos produits. Elle comporte une base d'accueil avec douches, vestiaires. Une quinzaine de parcours sont balisés, pour tous les niveaux. Les pratiquants peuvent comparer leurs résultats sur une plateforme internet communautaire. Nous proposons des stages pour les accompagner. Cela dépasse le cadre de la création de produits car c'est un vrai outil de développement touristique en **Chartreuse**. Plus de 10 000 visiteurs sont venus en 2012. Dès le départ, l'idée est de dupliquer le modèle ailleurs. Nous aurons ouvert au total, d'ici cet été, douze autres **stations** de **trail** en France et en Europe. Il y en aura quinze à la fin de l'année et une vingtaine au total en 2015. A plusieurs, on est plus fort ! Nous nous sommes associés au Parc naturel régional de **Chartreuse**, à la commune de **Saint-Pierre-de-Chartreuse** et aux accompagnateurs en montagne pour créer l'association Outdoor Initiatives. Elle est chargée de piloter le réseau des **stations** de **trail**. Elle emploie trois personnes pour un chiffre d'affaires de 300 000 euros.

Vous n'êtes jamais à court d'innovations... Quelles nouveautés proposez-vous ?

Benoit Laval : Il y a un an, nous avons créé, sur le même modèle que la station de **trail**, le « **Chartreuse** Espace ski de rando », toujours à partir de notre siège social. Dédié à 100 % à la pratique du ski de randonnée, il offre des itinéraires d'initiation, un espace de sensibilisation à la sécurité en montagne... Nos clients sont les sociétés de remontées mécaniques et le grand public qui veut s'essayer au ski de randonnée. Depuis cet hiver, un autre Espace ski de rando a ouvert à l'Alpe du Grand-Serre. Notre marque Vertical a lancé cet hiver pour la première fois une gamme de skis de randonnée. Nous faisons tester deux petites séries qui seront sur le marché l'hiver prochain.

Quelles sont vos perspectives de développement ?

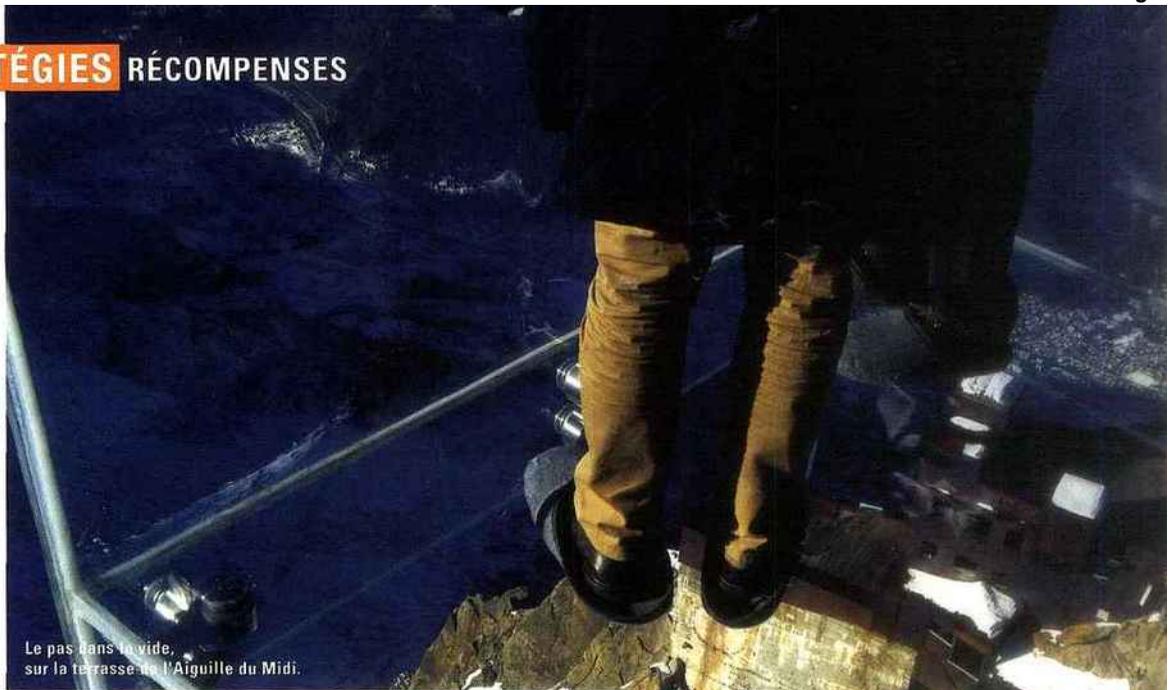
Benoit Laval : Nous enregistrons une croissance supérieure à 10 % par an depuis la création de l'entreprise. Le marché grandit. La qualité de nos produits et l'innovation font la différence par rapport à nos concurrents. Nous souhaitons développer le marché de la chaussure de trail. Il devrait représenter la moitié de nos ventes d'ici à cinq ans. Le « Custom shoes system » est un concept

DECIDEURS EN REGION

innovant de chaussure durable pour la course à pied et le trail que nous avons lancé il y a 18 mois. La chaussure possède une semelle externe changeable et plusieurs accessoires permettent de l'adapter au terrain et aux usages. Le deuxième modèle est arrivé ce printemps. Notre autre possibilité de croissance est l'export qui représente 20 % de notre chiffre d'affaires. Nous disposons de plus de 500 points de vente en Europe et sommes très bien positionnés en Asie.



STRATÉGIES RÉCOMPENSES



Le pas dans le vide, sur la terrasse de l'Aiguille du Midi.

Les lauréats des « Trophées de la montagne française. Nouvelle Définition »

Plus de 70 dossiers ont été présentés pour la première édition des « Trophées de la montagne française. Nouvelle Définition ». Les cinq prix ont été remis le mardi 22 avril dernier à Val d'Isère, en point d'orgue du SkiDebrief®. Focus sur les lauréats.

- **Catégorie Accessibilité :** Société d'Aménagement de La Plagne – CoolSki. Un parcours en zone protégée pour permettre aux adultes de reprendre le ski en toute sécurité.
- **Catégorie Économie :** Raidlight – Vertical SAS – Concept de Station de Trail & Espace de Ski de Rando. La marque a initié la première station permettant la pratique de la course en pleine nature en toute convivialité et en anime une dizaine.
- **Catégorie Initiatives Vertes :** Alpe d'Huez Tourisme – Alpe d'Huez Électrique. La station a mis l'accent sur le transport propre en s'équipant d'une dameuse hybride, de 3 navettes électriques de transport de passagers et de bornes de rechargement.
- **Innovation :** Compagnie du Mont-Blanc – Le Pas dans le Vide. Installée sur la terrasse sommitale de l'Aiguille du Midi, cette cage en verre plonge le visiteur au-dessus de 1 000 mètres de vide avec un paysage à couper le souffle.
- **Coup de cœur du jury :** Association ALAE – Le Balayeur des Cimes. Un programme atypique porté par l'alpiniste Arian Lemal. Surnommé le Balayeur des Cimes, ce dernier multiplie les allers-retours entre la haute montagne et les vallées pour redescendre les déchets des sommets et associe les enfants en intervenant dans les écoles.



➔ Pour en savoir plus



Le parcours Coolski à La Plagne.



Hoka One One (Christophe Aubonnet) Un banc d'essai

"Nous avons un team depuis la naissance de la marque en 2009. A cette période, les chaussures n'étaient pas encore vendues, mais elles étaient au banc d'essai avec certains athlètes. Ludo Pommeret a signé une 2^e place à la Diagonale des Fous avec des Hoka pré-série aux pieds. La compétition est pour nous le meilleur banc d'essai et c'est aussi un des



© Xtof Aubonnet

meilleurs vecteurs d'image. Le coût varie chaque année puisque l'entreprise est jeune et en pleine croissance. Plus de la moitié des investissements consentis pour les athlètes est liée au matériel, le reste étant une participation sur les coûts liés à la pratique. Le team nous offre des "feed back" indispensables et directement injectés dans le développement des produits. En théorie, 1 euro investi sur les athlètes devrait être relayé par 1 euro en communication pour "faire savoir". Il est du ressort de la marque de mettre en place des outils pour que les résultats aident directement le sell out. Les magasins sont très au fait de l'actualité. Les résultats contribuent à promouvoir la marque".

X-Bionic (Laura Berger) Humaniser la marque

"Le team a été créé il y a 4 ans, afin de promouvoir et d'humaniser la marque. Le but était de créer un team multisport outdoor en ciblant particulièrement le trail, le raid et le ski alpinisme. Pour cela, il a été proposé à Laurent Valette, sponsorisé par la marque, de prendre les commandes. Le team s'est alors constitué progressi-

vement avec un attachement particulier à l'esprit, la convivialité et la simplicité. Il gère et conseille les prochaines courses et besoins matériels de chacun qu'il nous communique très régulièrement. Les athlètes sont uniquement dotés matériellement des tenues textiles X-Bionic, chaussettes X-Socks et semelles Sidas. Nous bénéficions



de nombreux retours et prescription en magasin. Ce Team est très important dans la mesure où tous ces athlètes sont des utilisateurs intensifs qui peuvent ainsi valider la qualité de nos produits". ●

Raidlight (Clément Francke) Ouvert à Tous

"Nous avons mis fin à notre team Elite pour nous concentrer sur le team ouvert à tous. Face aux grosses marques, il nous était impossible de lutter. Nous laissons la possibilité aux athlètes de bénéficier de beaucoup d'avantages, via des contrats coureurs magasins. Mais cela a été clairement recentré sous le nom du Team Ouvert à Tous, officiellement né en 2009. Nous estimons qu'il n'y a

pas besoin d'être un champion pour avoir quelque chose d'intéressant à dire. D'où l'idée de donner la parole à des coureurs de "tous niveaux". Plus un coureur est impliqué, plus il cumulera des points, lui offrant des réductions. Il y a plusieurs moyens d'être actif, que ce soit sur le site web (posts sur le forum, post sur son blog personnel Raidlight, commentaires sur les produits...), mais

aussi sur le terrain, en portant ses résultats, ou en organisant des rassemblements "Team Raidlight". C'est réellement un principe gagnant-gagnant, à la fois pour les coureurs qui peuvent acheter des produits moins chers, mais aussi pour nous. Le Team Raidlight représente une très belle communication sur les courses, et contribue au dynamisme de notre site communautaire. ●

Lafuma (Virginie Pechon) Animation en magasin

"Lafuma a un team depuis près de 10 ans. La marque s'associe à des athlètes élite pour véhiculer ses valeurs sur des courses de renommée internationale. Ce ne sont pas nécessairement les meilleurs athlètes en termes de palmarès, mais des athlètes charismatiques. Nathalie Mauclair, 43 ans, est l'une des meilleures femmes sur le circuit. Elle nous permet de mettre le doigt sur des problématiques liées à

la femme : poids du matériel, petite taille... Quentin Stéphan, 24 ans, est un jeune en pleine progression. Il nous apporte sa jeunesse et son "insouciance". D'une manière générale il y a un réel état d'esprit "familial" autour d'un team, à la fois entre eux, mais aussi avec les bureaux d'étude. Les budgets sont très raisonnables. Nous aidons les athlètes à financer leur déplacement en leur met-

tant à disposition une dotation matérielle et financière en début d'année et adaptée à leurs profils. Avec les magasins, nous mettons en place des animations Il y a peu, Julien Jorro était au l-run store pour présenter ses produits. Cela montre notre implication au quotidien autour des magasins spécialistes puisque nous libérons du temps et celui de nos athlètes pour mettre ces projets en place". ●

New Balance (Claire Boulanger) Une question d'image

"New Balance a un team de 10 athlètes depuis 2012. Le souhait de la marque était de continuer à communiquer sur le trail et d'être présent sur le terrain, car nous n'avons pas de campagne trail développée par la marque aux Etats-Unis. Les athlètes ont une prise en charge de leurs frais sur les compétitions et des primes aux résultats. Nous ne calculons pas la rentabilité d'une telle opération. La création d'un team trail correspond vraiment un investissement d'image. Le retour en magasin se fait surtout au niveau local avec les magasins situés à proximité du lieu de résidence des athlètes".

Tecnica (Xavier Bloem) Promoteurs de ventes

"Le team existe depuis 5 ans. Il a été créé suite à la mise en place de produit trail, dans le but d'en faire la promotion, d'aider au développement et de gagner en crédibilité. Ce sont aussi des promoteurs de ventes puisqu'ils ont un rôle auprès de nos revendeurs pour les formations et les tests. Le team fonctionne comme un club avec un sponsor qui permet aux athlètes de pratiquer à moindres frais. Ils ont un calendrier défini, un encadrement sur les courses, des meetings. Le coût rentre dans un budget marketing qui représente entre 5 et 10 % du budget outdoor".



Surface approx. (cm²) : 200
N° de page : 36

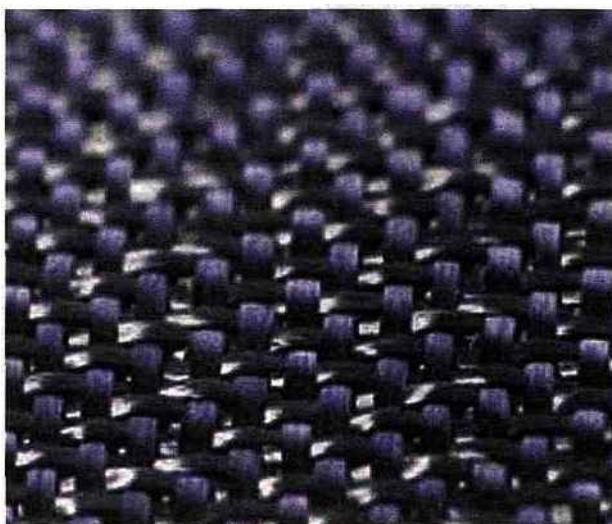
HIGH-TECH

Des textiles photovoltaïques d'ici à cinq ans ?

Après le vitrage "intelligent", SunPartner Technologies veut fabriquer un textile qui produira de l'énergie à partir de lumière naturelle ou artificielle. Spécialiste des NTE*, l'entreprise française a pris la tête d'un consortium pour piloter le projet, baptisé Soltex. Objectif ? Créer un fil textile photovoltaïque pouvant s'intégrer dans les nappes de fils standards lors de la fabrication du textile.

Une recherche en mode collaboratif

Une technologie révolutionnaire qui implique, toutefois, de développer un process adapté de captage et de conversion de l'énergie. Raison pour laquelle Sun



© SunPartner Technologies

Partner s'est entourée de plusieurs acteurs industriels comme Qualiflow Therm, Texinov, Payen et **RaidLight**. De plus, le projet

est aussi adossé au CEA-Liten. Axé sur les EnR et les nanomatériaux, ce laboratoire va apporter son expertise du photovoltaïque en films minces.

Le procédé devrait afficher un rendement plutôt faible, de l'ordre de 10 à 20 W/m². Néanmoins, les applications pressenties sont mul-

tiples : vêtements professionnels en extérieur, stores, bâches de protection, équipements de sport, filets de protection dans les serres agricoles ou encore garnitures intérieures de voiture, de train ou d'avion pourraient être autonomes en énergie.

L'idée n'est pas nouvelle. En 2012, le japonais Spehlar Power avait déjà mis au point un tissu composé de cellules photovoltaïques. Mais en raison de problèmes techniques (isolation des fils conducteurs), la commercialisation de vêtements électrogènes a été reportée...

Au total, Soltex -labellisée par le pôle de compétitivité CapÉnergies- coûtera 15,5 M€, financés à 45 % par BPI France. Après les premiers échantillons de textiles fonctionnels livrés dès 2016, le procédé industriel devrait aboutir d'ici à 2019. ●

* **Nouvelles technologies de l'énergie**



RAIDLIGHT : INNOVER ENSEMBLE

Si la société Raidlight, historiquement ligérienne, et devenue iséroise (elle est aujourd'hui installée à Saint-Pierre-de-Chartreuse) est pionnière dans l'industrie du trail, c'est parce qu'elle a su se montrer imaginative, tant avec ses produits, qu'avec ses processus d'innovation. Explication de texte du R&D collaboratif.

Raidlight est une marque bien connue des amateurs et professionnels de Trail-Running. Fondée en 1999 par le coureur Benoît Laval, elle est aujourd'hui pionnière dans la création de produits 100 % trail, et développe des produits toujours plus légers, plus pratiques et plus confortables. De la chaussure au sac à dos, en passant par le textile et les accessoires, les produits Raidlight font l'objet d'un processus de création unique, comme l'ex-



L'atelier de Raidlight

pliquent ensemble Julien Thierry, responsable marketing, et Clément Francke, chargé de promotion terrain. « Aujourd'hui, notre démarche est à la fois matérielle et conceptuelle. L'innovation matérielle est commune à toute l'industrie du sport, structurée autour d'un département R&D, avec une styliste-designer, une prototypiste et un ingénieur produit. » Des postes clés,

auxquels contribuent tous les autres membres de Raidlight, d'une part par leur travail, d'autre part par la pratique. « Nous faisons très peu de séances de brainstorming, ou autre session de créativité. Notre force que d'autres secteurs n'ont pas, c'est que 95 % de l'équipe pratique du sport 7j/7. Nous sommes utilisateurs de nos produits, ce qui nous

permet de contribuer directement à leur amélioration. »

Concernant la démarche conceptuelle, là-encore Raidlight se montre innovant. « Nous sommes sur du R&D collaboratif. Au départ, quand Benoît Laval a créé ses premiers produits, il s'agissait d'un sac à dos bricolé, ou d'une poche cousue en plus. S'il est le seul à avoir créé une entreprise, il n'était pas le seul à bricoler des produits, et l'idée est venue de l'échange qu'il a pu avoir avec d'autres praticiens. » Aujourd'hui, le système collaboratif reste le même, mais le côté informel a disparu. « En 2008, notre plateforme web a été modernisée, et nous avons intégré le R&D collaboratif, sorte de forum où chacun peut donner ses idées. » Aujourd'hui, le travail de Raidlight pour renouveler ses gammes se joue sur les matières. Il faut trouver plus léger, plus protecteur, plus à la mode aussi, car comme dans toute industrie textile, l'esthétique a son importance.

Date : 23/04/2014

Outdoor Lab, une nouvelle entité pour Raidlight et Vertical

Par : Yves-marie Quemener



Fondée en 1999, **Raidlight** est une société spécialisée dans le Trailrunning qui a complété son offre en reprenant dès 2010 la société Vertical spécialiste de l'équipement (vêtements et sac à dos) pour le ski de randonnée et la randonnée légère. Aujourd'hui, **Raidlight** et Vertical sont deux marques françaises d'outdoor très innovantes.

Après avoir créé une gamme « Made in France », un Laboratoire Outdoor, **Raidlight** s'est associé au Parc Régional Naturel de Chartreuse, à la commune de Saint-Pierre-en-Chartreuse, et aux accompagnateurs en montagne, pour créer la 1ère Station de Trail d'Europe en 2011, un lieu 100% dédié à la discipline. Depuis, ce concept original de parcours et services proposés aux débutants comme aux passionnés, en lien avec un territoire, s'est étendu et d'ici fin 2014 une quinzaine de Stations de Trail© devrait exister. Dans le même esprit, afin de dynamiser l'activité hivernale de Vertical, ainsi que celle de la Chartreuse, **Raidlight-Vertical** a créé en 2012 le 1er Espace ski-de-rando au sein de ses locaux et de la Station de Trail©. Aujourd'hui le réseau des Espaces Ski de Rando© s'étend à trois stations.

Fin 2013 le groupe **Raidlight-Vertical** lance un ski de randonnée « aussi léger que possible » et crée la nouvelle marque V-Quest®.

Afin de rassembler au sein d'une identité unique, et de simplifier la compréhension de tous les projets menés en cohérence, tout début 2014 les trois marques d'équipements outdoor : **Raidlight®**, **Vertical®** et **V-Quest®** sont regroupées sous une nouvelle entité **Outdoor Lab**. Elle a aussi pour vocation de piloter les concepts touristiques de Station de Trail® et Espace Ski de Rando®.

Évaluation du site

Le site Internet du magazine Run In Live diffuse d'assez nombreux articles concernant l'actualité de la course à pieds.

Cible
Spécialisée

Dynamisme* : 12

* pages nouvelles en moyenne sur une semaine

Un nouveau site dédié aux professionnels va également voir le jour : www.outdoorlab.pro. Il permettra de simplifier la relation avec ses partenaires et véhiculer le plus de ressources possibles pour aider au marketing et webmarketing.

Perché à 1 000 mètres d'Altitude, au cœur du Massif de Chartreuse, Outdoor Lab, avec une équipe de 30 salariés passionnés par l'outdoor, ne cesse d'innover et de développer des produits différents, toujours plus légers, plus pratiques. Que ce soit pour le Trail-Running, le Ski de Randonnée ou « l'évasion légère » (randonnée et voyage), il propose aujourd'hui un équipement complet : chaussure, textile, matériels, skis, sac à dos et accessoires.

<http://www.v-quest.fr/chartreuse-outdoor-lab/>

Date : 28/03/2014

Auteur : -

CALAO FINANCE investit dans la marque de vêtements de sport RAIDLIGHT-VERTICAL

CALAO Finance arrive au capital du Groupe RAIDLIGHT- **VERTICAL** leader dans l' **équipement outdoor** innovant pour les sports extrêmes et **randonnées**

Fondée en 1999 par Benoit LAVAL, sportif de haut-niveau passionné de course à pied et de sport **outdoor**, **RAIDLIGHT** conçoit, fabrique et commercialise des vêtements, **sacs** à dos, chaussures, tentes, **sacs** de couchage, pour le Trail, les raids et la randonnée.

Le trailrunning, course à pied en montagne et sur les chemins de randonnée, est une activité en forte croissance avec plus de 500.000 pratiquants en France. En 2010, **RAIDLIGHT** a repris la société **VERTICAL** spécialisée dans les activités de montagne comme l' **escalade**, l' **alpinisme** ou le ski de randonnée.

Implanté en région Rhône-Alpes, la société emploie 34 personnes et a réalisé un chiffre d'affaires 2013 de 4,4M€ dont 22% à l'export. Elle dispose de 500 revendeurs en Europe et avec une croissance annuelle à deux chiffres an depuis 1999, **RAIDLIGHT- VERTICAL** a pour objectif de doubler ses ventes d'ici 3 à 5 ans, notamment à l'export.

Benoit LAVAL, Président du Groupe RAIDLIGHT- **VERTICAL**, déclare « nous sommes heureux de l'arrivée de CALAO Finance à notre capital dont le réseau d'experts pourra contribuer à notre développement ».

Les produits du Groupe sont réputés pour leur confort, leur fiabilité, et leur technicité. Ainsi le MP+, membrane imper- **respirante** conçue par VERTICAL, est une des membranes les plus respirantes du marché. Comme le souligne Hubert AURIOL, Senior Advisor Sport & Loisirs de CALAO Finance (par ailleurs Directeur de Course du Grand Rallye de Chine) « le développement des textiles techniques notamment dans les activités sportives, mais pas seulement, offrent un champ de développement très large ».

Évaluation du site

Fusacq.com est une société offrant des services facilitant "les opérations de transmission et de rapprochement d'entreprises". Le site diffuse des annonces de cession d'entreprise ainsi que des articles d'actualité.

Cible
Professionnelle

Dynamisme* : 21

* pages nouvelles en moyenne sur une semaine

RAIDLIGHT- VERTICAL a une approche pragmatique de sa production qui est pour une partie de la gamme fabriquée en France avec son propre Atelier Textile pour produire plus efficacement sa gamme Made in France. L'autre partie de la gamme est d'origine diverse à travers la planète, avec toujours un souci de transparence vis-à-vis des clients sur leur origine.

Le Groupe se caractérise également par une forte expertise en marketing collaboratif, en associant ses utilisateurs à tous les niveaux de la marque y compris dans la conception des produits avec une communauté de plus de 10.000 personnes. Dans ce cadre, la société a également créé une équipe « Team RAIDLIGHT » qui rassemble plus de 5.000 pratiquants.

Au début de cette année, la société a été retenue par le Ministère du Redressement Productif avec le cluster Sporaltec pour le projet collaboratif ANT-TEX (Ateliers de Nouvelles Technologies Textiles) pour la revalorisation du savoir-faire français.

Source : Communiqué de presse, Calao Finance



Ateliers de nouvelles technologies textiles (projet ANT-Tex)

Un outdoor made in France ?

Le projet ANT-Tex (Ateliers de nouvelles technologies textiles), déposé par Sporaltec et cinq partenaires dans le cadre de l'appel à projets "savoir-faire emblématiques du fabriqué en France" a été retenu par le ministre du Redressement Productif et sera cofinancé par le DGCIS.

Le ministère du Redressement Productif a lancé, le 29 mai 2013, un appel à projet pour la revalorisation et l'innovation dans les savoir-faire emblématiques du fabriqué en France. Objectif : soutenir des projets collectifs innovants afin d'inciter les entreprises, et en particulier les PME, à intégrer des démarches d'innovation, de création, de développement durable, de traçabilité, de valorisation et de promotion des savoir-faire. C'est le projet Ateliers de nouvelles technologies

de nouvelles technologies (ANT-Tex) qui a été retenu, courant octobre. Ce projet a été initié par des acteurs

de nouvelles technologies (études et ingénierie en nouvelles technologies textiles), Itech (école d'ingénieurs), et le lycée Argouges. Comme son nom l'indique (Ateliers de nouvelles technologies textiles), le défi de ce projet est de parvenir à industrialiser des produits textiles techniques, vêtements et chaussures outdoor, en France. Les acteurs d'ANT-Tex veulent mettre en place un atelier de fabrication de produits textiles et chaussures en s'appuyant sur de nouveaux procédés d'as-

semblage se substituant à la couture. Il s'agit de concevoir différemment, mais aussi de produire et de commercialiser différemment. Pour y parvenir, des partenaires aux compétences complémentaires se sont rassemblés pour développer

ces nouveaux procédés, avec Toptex et Insoft, commercialiser les produits avec Raidlight, former des techniciens et des cadres maîtrisant ces nouvelles technologies avec le lycée Argouges et ITECH, et faire profiter l'ensemble de la filière des connaissances acquises lors du projet grâce à Sporaltec. L'aboutissement de ce projet sera la production d'une panoplie complète de trail running (textiles techniques et chaussures outdoor) à l'été 2015 en utilisant ces technologies.

Techniques déjà maîtrisées

Les technologies envisagées pour mener à bien ce projet sont la CAO textile 3D, le thermoformage et la coupe ultrason, la soudure à air chaud, le thermocolage, la sublimation, l'impression 3D, la découpe laser et les machines informatisées. On le voit, il n'y a rien là qui ne soit déjà amplement exploité dans l'industrie du sport. Ces techniques sont déjà en place depuis longtemps, et bien maîtrisées dans les pays à bas salaires. Néanmoins, les acteurs du pro-

jet, interrogés sur ce point, répondent que l'innovation n'est pas leur critère prioritaire. Le plus important, c'est la fabrication française.

On peut se demander si le consommateur est prêt à en payer le surcoût, qui paraît inévitable. Sur ce sujet, [Raidlight-Vertical](#), partenaire du projet, a effectué du 20 au 28 août 2013, un sondage web sur l'opportunité de produire des gammes outdoor en France, mobilisant les internautes consommateurs de trail et randonnée en montagne. Le sondage a obtenu 1.020 réponses des internautes, ce qui démontre la capacité de la société à mobiliser des avis de consommateurs via sa plateforme web. 60 % d'entre eux mettent l'origine du produit comme un critère d'achat important ou très important, 98 % achèteraient de façon préférentielle un produit fabriqué en France à prix équivalent, 83 % accepteraient un surcoût de 10 à 20 %. Ces réponses n'ont pas vraiment de quoi surprendre. Reste à savoir si les faits confirmeront les intentions. (ff) ●

Produire un équipement pour le trail running

Chiffres

10 milliards d'euros
Europe

2 milliards d'euros
France

La valeur du marché de l'outdoor en Europe (hors marques de distributeurs).

Rhône-Alpes

250 entreprises

110.000 emplois

3 millions de pratiquants

Date : 11/03/2014

Auteur : Par Gabrielle Serraz, Correspondante à Grenoble

Un labo pour rendre le made in France viable

Un projet de R&D mené par la PME **Raidlight** vise à rendre rentable la fabrication d'une panoplie sportive.



Crédits photo : **Raidlight**

Raidlight, la PME fer de lance d'ANT-**Tex**.

Rapatrifier en France la production de sacs à dos, tee-shirts et chaussures de running qui, non seulement seraient rentables à fabriquer, mais promettent en plus d'être en **matériaux et process écologiques**. Tel est le projet **ANT-**Tex** (Ateliers de Nouvelles Technologies Textiles)**. Via un budget de 320.000 euros, financé à moitié par Bercy (DGCIS), le pôle Sporaltec vient de lancer ce projet de R&D, l'un des 10 à l'échelle nationale retenus et cofinancés par la DGCIS dans le cadre de l'appel à projet du ministère du Redressement productif pour la « *revalorisation du savoir-faire français* ».

Il s'agit d'inventer des techniques d'industrialisation plus performantes et très économes sur le plan de l'environnement, des matériaux ou de la main-d'oeuvre. Le lancement s'est fait au coeur du Parc naturel régional de Chartreuse où s'est installé **Raidlight, fer de lance d'ANT-**Tex****. Fondée en 1999 par l'ingénieur sportif de haut niveau, Benoit Laval, la société qui a, depuis, racheté la marque

Évaluation du site

Cette section du site Internet du quotidien national Les Échos s'adresse aux entrepreneurs et aux cadres dirigeants. Il leur propose des articles concernant l'actualité des affaires au sens large.

Cible
Grand Public

Dynamisme* : 23

* pages nouvelles en moyenne sur une semaine

Verticalbase sa croissance sur l'innovation. Elle mise aussi sur une forte différenciation des produits comme celle de la légèreté, en faisant appel aux avis des utilisateurs.

Avec plus de 10 % de croissance par an, l'équipe s'étoffe et compte actuellement **34 collaborateurs, pour un chiffre d'affaires de 4,6 millions d'euros** en 2013. **Raidlight**, qui sera le portail commercial et marketing d'ANT-TEX, possède aussi un retour d'expérience sur le made in France avec la création dès 2008 d'une marque **Made in France by Raidlight**, avec une gamme d'une douzaine de produits textile, 100 % fabriqués en France et qui représentent environ 8 % du chiffre d'affaires.

Assemblage par ultrasons

Plus bas dans la vallée, près de Romans-sur-Isère, fief historique de la chaussure de luxe, **Insoft, second partenaire industriel du projet**, développe son savoir-faire dans la chaussure.

Créé en 2011 par Patrick Mainguené, ancien directeur du développement chez Lafuma, la petite société vient d'embaucher et former quatre piqueuses pour produire des chaussons de feutre Soft'in. Mais Insoft bénéficie désormais de la technique empruntée à l'industrie automobile d'assemblage par ultrasons, qui supprime colle et coutures. En utilisant la plate-forme de financement participatif Ulule, la société vend des sneakers, très personnalisées qu'elle produit à partir des cuirs de la tannerie Roux de Romans. Ce qui illustre son credo qu'elle partage avec **Raidlight** : proximité, respect de l'environnement et innovation.



Sporaltec accompagne le « made in France »

Le Cluster sport et innovation rhônalpin accompagne la création d'une gamme d'articles de trail-running fabriqués en France et commercialisés sous la

marque **Raidlight**. Le projet ANT-Tex regroupe plusieurs partenaires autour de Sporaltec, dont Raidlight, TopTex³, In-Soft, Thuasne. Il est doté d'un budget de 320 K€, dont 160 K€ financés par le ministère du Redressement Productif. L'objectif est de sortir une petite ligne de vêtements, sac et chaussures pour l'été 2015. La démarche n'est pas nouvelle pour l'entreprise de Benoît Laval, qui a lancé en 2009 une gamme de vêtements loisirs fabriqués en France, et qui représente aujourd'hui 8% des 4,5 M€ de CA de Raidlight. Cette fois, la marque remonte au créneau avec des produits techniques. Raidlight pilote le développement, tandis que la start-up drômoise TopTex³ assurera la confection et In-Soft, la fabrication des chaussures. Basée à Romans, la société In-Soft a été lancée par Patrick Mainguéné (ex-Lafuma). Spécialisée dans l'éco-conception, l'entreprise fabrique notamment dans son atelier drômois les sneakers 1083 et Atelier RPM. La société Thuasne, qui a investi dans Raidlight et qui produit en France, collabore aussi au programme.



Benoît Laval, Raidlight



INITIATIVE

Par **SIBYLLE VINCENDON**

Le fabricant Raidlight donne dans le tissu collaboratif sur la Toile

Les sources des journalistes empruntent parfois des canaux bizarres et c'est donc sur l'étiquette d'un caleçon grand froid que l'on a découvert que la marque Raidlight, spécialiste de la course à pied en montagne, possédait un «atelier de conception collaboratif». Ce même minuscule document précisait qu'il s'agissait d'une plateforme internet directement reliée à l'équipe recherche et développement. «Vous proposez, vous votez, nous étudions et concevons», telle est la philosophie. De fait sur le site, les clients proposent. Cela donne : «Pourquoi ne pas faire un vêtement technique avec une boussole incrustée sur la manche côté droit ?» «Pourquoi ne pas partir sur un modèle à armature gonflable pour le prochain modèle de tente ?» «Pourquoi ne pas intégrer d'office des guêtres sur des chaussures de trail ?» Oui, en effet, pourquoi pas ?

Julien Thiéry, directeur marketing de l'entreprise, l'affirme : ces remarques sont tout à fait prises au sérieux. C'est avec les idées «révolutionnaires» des clients que Raidlight «a pu s'implanter sur le marché de la chaus-

sure», en greffant des dispositifs qui n'existent chez aucun concurrent. Les quelque deux mille fidèles de la plateforme web se répartissent à peu près en trois groupes : «On a des inventeurs dans l'âme, des utilisateurs qui veulent améliorer les produits et des internautes qui vont consulter les suggestions et voter pour leurs favorites.» Sortent de cela «des quantités d'astuces et d'améliorations, comme le rajout d'une fonction à un sac à dos, par exemple». Mais aussi une étude marketing en continu.

Dans cette façon de faire, on est très loin du panel rémunéré de dégustation de yaourts chez Danone. Créé en 1999 par un champion de ce «trail running», Benoît Laval, Raidlight a inventé le matériel de cette discipline naissante. Pour courir en montagne, il faut être mieux équipé que pour un jogging de ville et moins lourdement que pour une rando en famille. Laval a formé sa première communauté collaborative dans le petit milieu. La voilà sur le Web. «Nous sommes trente dans la société, dit Julien Thiéry. Alors l'aide de 2000 personnes pour innover, forcément, ça compte.» ◆

DÉFI

Raidlight

« NOTRE FORCE DE VENTE,
CE SONT NOS CLIENTS »

Fruit de la passion et du savoir-faire de son dirigeant, cette PME iséroise, créée il y a dix ans, a réussi à se placer sur le marché très concurrentiel de l'équipement sportif.

Par Henri de Lestapis

Benoit Laval,
le fondateur de Raidlight.
Le profil du coureur
de fond.

Saint-Pierre-en-Chartreuse. C'est à la sortie de ce petit village de montagne situé à une trentaine de kilomètres au nord de Grenoble, que l'on atteint en empruntant une petite départementale serpentant au milieu des alpages, que s'est installée l'entreprise Raidlight. Ses bâtiments sont flambants neufs. Ses murs recouverts de bois évoquent les chalets traditionnels de la région. Cette localisation n'est pas un hasard car la société est spécialisée dans les articles de course à pied... Un créneau ultra-concurrentiel, où s'activent tous les grands noms du secteur que sont Nike, Adidas ou Reebok, sur lequel est pourtant parvenu à se placer Benoît Laval.

Calme, plutôt réservé, le créateur et dirigeant de Raidlight a le profil du sportif de fond. La course à pied et la compétition constituent son pain quotidien, comme le révèle dans son bureau la présence d'une ribambelle de médailles et coupes en tous genres, décrochées aux quatre coins du globe. Le dirigeant a participé – et terminé dans le peloton de tête ! – aux courses à pied réputées les plus difficiles au monde, telles que « La diagonale des fous » sur l'île de la Réunion ou « Le marathon des sables » au Maroc. Toujours en courant, mais cette fois loin des projecteurs et des organisations officielles, il a aussi réalisé des exploits plus discrets et plus personnels, comme la traversée des Pyrénées dans le sens de la longueur. Il a bouclé en moins de trois semaines les 600 kilomètres de trajet et 50 000 mètres de dénivelé. « Je pratique la course à pied depuis que j'ai neuf ans et, depuis, je n'ai jamais arrêté », concède cet accro du sport. Mais parallèlement à la satisfaction de cette passion, Benoît Laval a mené à bien des études d'ingénieur textile. Ce qui l'a



amené à travailler à Saint-Étienne pour une PME concevant des sacs à dos et des tentes pour des grandes marques. C'est dans ce poste que, peu à peu, il se met à développer des vêtements pour les coureurs à pied en montagne. Car pour avoir raison des sentiers escarpés sans se blesser, cela exige un équipement alliant une extrême solidité avec une légèreté maximale. Dans les montées, chaque gramme compte. Les baskets doivent offrir un bon amorti et un bon cramponnage. Les vêtements doivent être légers, aérés et fonctionnels, avec des poches placées au bon endroit. « Bien sûr, il existait déjà une offre dans le domaine de la course à pied, mais j'estimais qu'elle n'était pas assez pointue, pas assez orientée vers le "trail" en montagne. C'est une discipline qui regroupe tout de même 400 000 pratiquants en France. » Fort du soutien de son patron d'alors, Benoît Laval se lance à son compte. Il démarre dans un garage, avec pour seul équipement un ordinateur et un téléphone. En 1999, il crée la société Raidlight et sa première ligne de vêtements techniques de course à pied en montagne. Au début, il est le propre ambassadeur de sa marque, les portant sur les courses auxquelles il participe. Peu à peu, par le bouche à oreille, les coureurs s'intéressent à cette marque inconnue qui semble tout particulièrement adaptée à leurs attentes. « La vente par Internet m'a bien aidé, témoigne le dirigeant qui détaille sa stratégie initiale : contrairement aux grandes marques, mon objectif n'était pas de faire connaître mes produits par la communication, mais plutôt par leur grande technicité. » Pari réussi. Les coureurs adoptent largement ses produits, certes un peu plus chers que la moyenne, mais aussi plus performants. Alors qu'un bâton de randonnée classique pèse autour de 200 grammes, ceux de Raidlight plafonnent à 120 grammes. Et lorsqu'un vêtement « classique » pèse 300 grammes, ceux de Raidlight affichent 180 grammes. Le succès quasi immédiat de ses produits permet à Benoît Laval d'embaucher et de créer son atelier

de fabrication et de R&D, d'où sortent aujourd'hui des shorts, des tee-shirts, des baskets et des sous-vêtements techniques. Mais surtout, il investit dans une force de vente très particulière : il fait tester ses produits par les clients qui s'engagent en retour, après leurs essais, à remplir et à lui adresser une fiche de critiques. « Cet astucieux système permet de faire connaître très concrètement la marque sur les courses et en même temps d'améliorer en permanence ce qui doit l'être. » Assez rapidement, l'entreprise grossit. Ces six dernières années, elle est passée de six à trente personnes. Désormais, Raidlight réalise 25 % de son chiffre d'affaires (4 millions d'euros) à l'export.

Il faut visiter ses locaux pour comprendre toute la philosophie qui meut cette entreprise. On y trouve un atelier complet de fabrication, destiné à une petite production 100 % « made in France », un bureau de R&D, toutes les infrastructures administratives et logistiques inhérentes à une entreprise, et un magasin ouvert au public. Plus surprenant, on y découvre aussi un petit vestiaire ouvert aux coureurs. Ces derniers peuvent venir se servir librement en vêtements techniques pour leurs essais. À leur disposition, une salle équipée en tapis de course (pour les mauvais jours), des douches et même... un sauna. Dans une pièce à grandes vitres, les murs sont recouverts de cartes au 25 000°. Benoît n'a rien laissé au hasard : « Ici, nos clients peuvent visualiser précisément le parcours qu'ils ont décidé d'emprunter pour aller courir, une fois passée la porte de l'entreprise. » Last but not least, Raidlight a ouvert récemment une petite salle de réunion. Ce local tout équipé a vocation à accueillir les équipes des PME d'alentour qui souhaitent se retrouver dans un cadre original le temps d'un séminaire. « Ils bossent le matin, et courent ou randonnent l'après-midi ! », résume Benoît. Il y a un an, l'entrepreneur a repris la société Vertical. Cette PME spécialisée dans les vêtements de montagne était en perte de vitesse. Son nouveau patron s'est promis de relancer la marque en utilisant les armes qui ont fonctionné pour Raidlight. Bonne course !

A côté des ateliers,
une salle avec vestiaire,
douche et sauna.
Les clients peuvent tester
les produits sur place.





La montagne ouvre ses sentiers aux coureurs

La première station française de trail est inaugurée, jeudi 2 juin, à Saint-Pierre-de-Chartreuse

Tourisme

Saint-Pierre-de-Chartreuse (Isère)
Envoyée spéciale

La petite station de Saint-Pierre-de-Chartreuse, en Isère, est en pleine effervescence. Jeudi 2 juin est donné le coup d'envoi des 3 jours de Chartreuse. Plus de 300 dossards attendent des coureurs débutants et confirmés pour l'inauguration de la première station de trail en France.

Le trail (prononcez « trèle ») ? Un anglicisme (*trail* signifie « sentier ») pour désigner ces courses à pied dans la nature, en montagne et sur des sentiers de randonnée, qui séduisent de plus en plus de Français avides d'aventure et de grands espaces. La version nature des marathons urbains, en quelque sorte, les dénivélés en plus (de 1 000 m à plus de 9 000 m cumulés pour les « ultratrails »).

Saint-Pierre-de-Chartreuse a ouvert neuf sentiers pour justifier son nouveau statut de station de trail. Des petits panneaux de bois et des flèches rouges indiquent les parcours à suivre à partir de ce village d'un peu moins de 1 000 habitants.

Un site d'entraînement a aussi été construit. Il comprend des par-

Le trail compterait aujourd'hui plus de 300 000 mordus en France

cours de course en pleine nature, autour du village, de 10, 15, 20 et 30 kilomètres, qui empruntent les chemins de randonnée alentour, un stade « en herbe » pour prati-

quer des séries de fractionnés, un terrain pour travailler les côtes et deux parcours de kilomètre vertical tracé entre le bas du village et le sommet des pistes. Par ailleurs, des boucles de 250 m et 850 m en aval du village permettent aux trailers de s'échauffer avant une course.

« Il nous fallait trouver un second souffle, nous diversifier, aller vers les sports de pleine nature », explique Christophe Sestier, le maire de Saint-Pierre-de-Chartreuse, qui avait essuyé plusieurs hivers peu enneigés.

Chez Raidlight, entreprise de produits outdoor à l'initiative du projet avec le soutien de la mairie, de la communauté de communes et du parc naturel régional de Chartreuse, coureurs et randonneurs repèrent une dernière fois les parcours avant de se lancer vers les sommets de Chamechaude, Grand Som, Charmant Som... Les plus curieux essaient la nouvelle salle de sport mise à la disposition du public et les derniers maillots et équipements de la marque.

Il aura fallu moins d'un an pour que cette entreprise née dans un garage à la fin des années 1990 près de Saint-Etienne migre vers la Chartreuse et réalise son projet : créer la première station de trail en France et ouvrir une salle de sport et l'atelier de recherche et développement de l'entreprise au public. « Un concept unique en France et en Europe », déclare, pas peu fier, Benoît Laval, fondateur de l'entreprise et vice-champion de France de trail en 2009, dont le « team » comprend une communauté de plus de 3 000 coureurs.

Le trail compterait aujourd'hui plus de 300 000 mordus en France. Pas un village qui n'organise son trail. Ainsi, de Molineuf, petite commune de Loir-et-Cher de 800 âmes qui attend plus de 500 participants à son Trail des Moulins, le 12 juin. A peu près autant participeront au



Un trail à Planpraz (Haute-Savoie). RAIDLIGHT

Trail du bout du monde, le 10 juillet, de Plouzané à la pointe Saint-Mathieu, dans le Finistère Rien qu'en Chartreuse sept courses sont programmées jusqu'en novembre. Et, sur les 8 600 candidats au North Face Ultra-Trail du Mont-Blanc, seuls les 7 200 chanceux tirés au sort pourront prendre le départ fin août

Qu'il gèle, qu'il pleuve, qu'il vente, rien ne les arrête. De jour comme de nuit, ils courent Sur des chemins de randonnée, sur la neige l'hiver ou dans le sable du désert, par moins 10 degrés la nuit ou 40 degrés au soleil dans le Sahara, ils courent 20, 40, 60, 80 km ou plus, loin des villes et du bitume.

Mais qu'est-ce qui les fait tous grimper, redescendre, avaler des kilomètres pendant des heures et des heures ? « Cela répond à un besoin de se lancer de nouveaux défis, de retourner vers la nature, de quitter les sports encadrés », répond Cyril Cointre, du team Rai-

dlight. « Courir est avant tout lié au voyage. C'est une évasion, des rencontres, un prétexte pour aller découvrir d'autres lieux », estime Cécile Bertin, une autre sportive chevronnée.

« Le sport est pour moi un exutoire, confie Pierre Maillot, chef de cuisine au restaurant Albert 1^{er} à Chamonix (Haute-Savoie), deux étoiles au guide Michelin. Laisser les cuisines avec du monde et du bruit et se retrouver seul au milieu d'un chemin me fait du bien. La course

m'aide à repousser mes limites. C'est un peu comme dans la cuisine et la vie de tous les jours, toujours faire mieux Plus que l'esprit de compétition, c'est-à-dire battre les autres, même si cela est plaisant, c'est me surpasser qui me motive. » ■

Martine Picouët

« Courir de plaisir », de Nathalie Lamoureux, Editions Guérin, 288 p., 14 euros

Des voyageurs proposent des stages d'entraînement

Allibert Le voyageur propose plusieurs formules. Une préparation au Tour du Mont-Blanc avec Julien Chorier, vainqueur du Grand Raid de La Réunion 2009 : 4 jours, du 30 juillet au 2 août (525 euros). Un stage de préparation à la Grande Course des Templiers, 3 jours, de juin à septembre (à partir de 325 euros). Un sta-

ge découverte et perfectionnement de 4 jours dans le Vercors (495 euros). Allibert-trail.com

Terres d'aventure Stage de 4 jours de préparation à l'Ultra-Trail du Mont-Blanc (UTMB) avec Maud Gobert, meilleure « traileuse » 2010 (à partir de 530 euros). Prochain départ, le 18 juin. Terdav.com