

L'ESSOR

Isère

ÉCONOMIE :

DBC fait flotter la glisse
iséroise

p. 8

Tim Lab : Korus et Gem réinventent
l'intelligence collaborative

p. 11

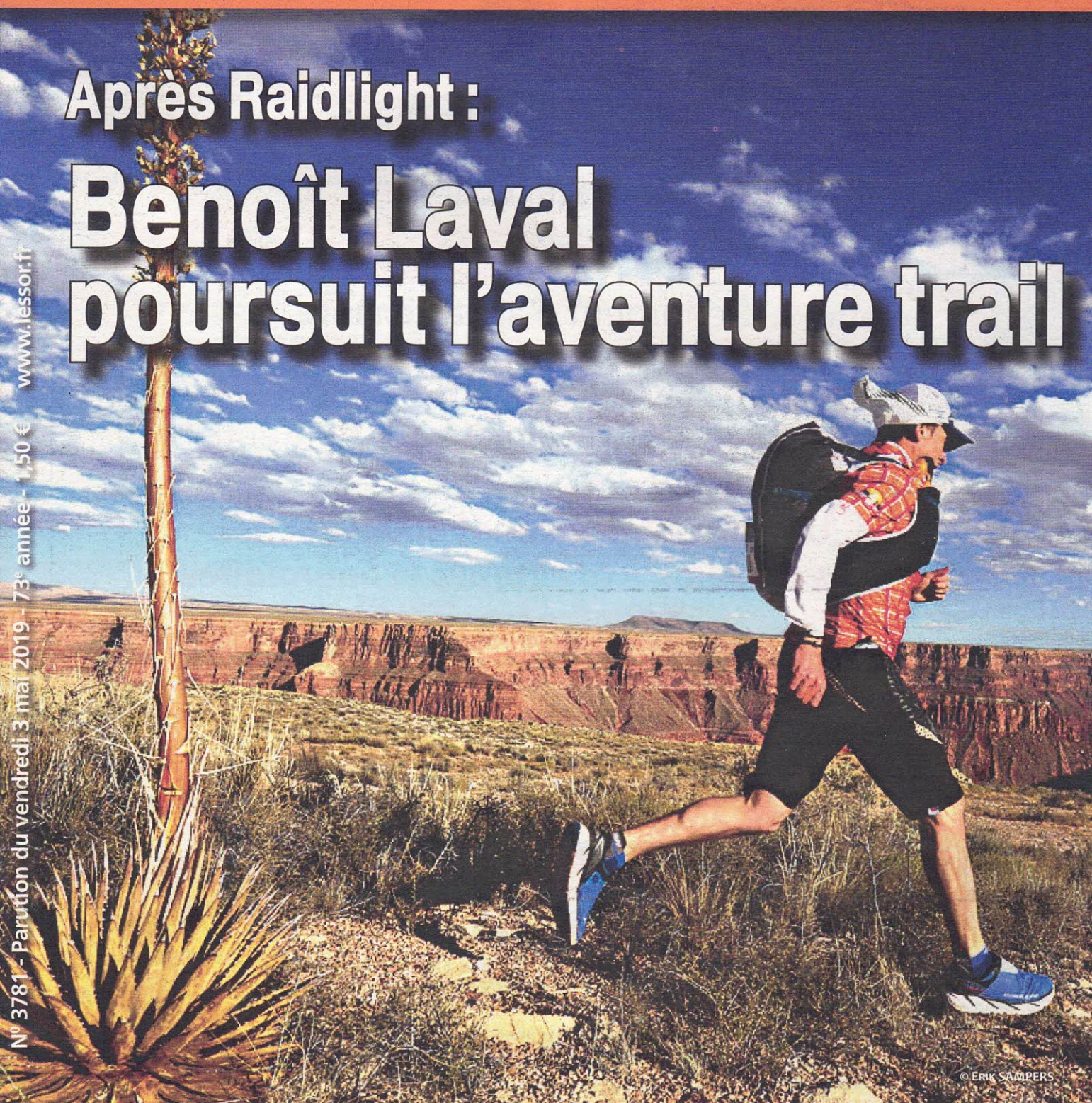
ANNONCES LÉGALES

PAGES 34 À 47

Après Raidlight :

Benoît Laval poursuit l'aventure trail

N° 3781 - Parution du vendredi 3 mai 2019 - 73^e année - 1,50 €
www.essor.fr



© ERIK CAMPERS

R29463-3781-F:1,50 €



COLLECTIVITÉS

Les nouvelles archives départementales prennent forme

p. 17

BENOÎT LAVAL : « LE MARCHÉ DU TRA

En 1999, passionné de trail, Benoît Laval crée Raidlight, à Saint-Pierre-de-Chartreuse, puis intègre l'équipe de France de trail dix ans plus tard. En 2010, l'équipementier sportif reprend Vertical avant d'intégrer le groupe Rossignol, en 2016. Au mois de février, Benoît Laval quitte Raidlight Vertical, accompagné par son associé Vincent Thibaudat. Rencontre.

Quel chemin avez-vous suivi chez Raidlight ?

Raidlight, c'est la conséquence de ma passion du trail et de mon métier d'ingénieur textile. Avant de fonder Raidlight, mon travail consistait à concevoir et faire fabriquer des sacs à dos, des tentes, des sacs de couchage pour des grandes marques. Raidlight avait déjà fait un bon bout de chemin pendant une dizaine d'années quand on a repris Vertical. Je les connaissais très bien puisque quand j'ai créé Raidlight, j'avais deux associés : l'un qui était mon ancien employeur, et l'autre était Vertical, qui s'appelait alors Francital. C'était l'actionnaire fondateur de Raidlight, et c'est Vertical qui a fabriqué les vêtements Raidlight pendant cinq ou six ans. Nous avons eu une vraie proximité et une vraie connaissance. En 2016, Raidlight s'était déjà développée. Après la création et quelques années passées un peu en autarcie (sept à huit ans), on a passé un stade financier et industriel. J'ai conduit des levées de fonds, j'ai contacté d'autres actionnaires avec une vision un peu différente de l'entreprise, ce qui a abouti en 2016, à la vente de l'entreprise au groupe Rossignol. Du côté de Raidlight, il y avait deux objectifs. Pérenniser les finances : nous étions en forte croissance, sur un marché lui-même en forte croissance, ce qui nécessitait de continuer à grandir et d'avoir des actionnaires qui mettaient de l'argent dans l'entreprise chaque année pour financer le stock, les embauches... Le deuxième levier



qu'on attendait était le volet commercial avec un groupe outdoor, afin de pouvoir s'appuyer sur les filiales de Rossignol, sur les services généraux du groupe...

Pour Rossignol, l'intérêt était de pouvoir diversifier le portefeuille de marques avec des marques qui commercialisent aussi l'été, là où le groupe était auparavant uniquement axé sur l'hiver. L'opération permettait d'équilibrer les flux financiers et les flux commerciaux entre les saisons, à la fois en développant Rossignol sur l'été à travers la marque Rossignol vêtements et à travers d'autres sports comme le vélo et le trail.

Vous avez quitté le groupe en février, avec Vincent Thibaudat. Pourquoi ?

Nous avons passé deux ans et demi au sein du groupe Rossignol, moi en tant que vice-président outdoor et Vincent, sur la fin, en tant que directeur du contrôle de gestion. Tel que je l'ai déjà dit, nous avons des divergences stratégiques avec la façon dont fonctionnait Rossignol. A nos yeux, ça ne fonctionnait pas comme ce qui nous aurait semblé être un fonctionnement normal et positif, sur le côté organisation générale. Nous

avons essayé de changer les choses de l'intérieur mais nous n'avons pas réussi. Il était alors temps pour nous de faire autre chose. Nous avons pris nos responsabilités et nous avons démissionné. Nous avons mieux à faire que de développer une stratégie à laquelle nous n'adhérons pas. Je reste le fondateur de Raidlight et, quand j'ouvre les volets depuis chez moi, je vois le bâtiment Raidlight à 50 mètres, qui nous appartient à Vincent et moi car nous sommes propriétaires de la Sci qui détient les murs. Nous sommes donc bien obligés de garder un œil dessus. Tous les jours passent devant chez moi les salariés de Raidlight et la moitié habitent le village, j'ai donc toujours un lien affectif et quelques échos qui me reviennent, voulus ou non. Je n'entretiens pas un réseau actif pour savoir qui fait quoi mais ce serait impossible de ne pas avoir de nouvelles.

En partant, nous avons proposé de rester ambassadeur de Raidlight pour garder un fil mais le groupe Rossignol ne l'a pas souhaité. Il n'existe plus de lien juridique et opérationnel, si ce n'est le bâtiment mais il ne s'agit que d'un loyer. Nous restons attentifs de l'extérieur, comme nous restons attentifs sur le marché de

l'outdoor et sur d'autres entreprises et activités économiques.

Être entrepreneur, c'est avoir une chance sur deux de partir, en faillite par exemple. Je préfère être parti de façon volontaire qu'en faillite de façon involontaire et négative. En cédant l'entreprise à Rossignol, je savais que le lendemain je ne serais plus le décideur n° 1 et que d'autres pourraient décider d'une façon différente de ce que j'aurais fait moi-même.

Depuis, vous avez continué le trail. Dernièrement, vous avez couru la Barkley, l'un des parcours les plus difficiles du monde.

La course à pied, j'en ai toujours fait même quand j'étais chez Raidlight et Rossignol. Ça continue de la même façon. Et je continue à mêler mon activité sportive avec mon activité économique et professionnelle. En même temps que la Barkley, j'ai donc rencontré des personnes du milieu économique de l'outdoor. J'ai continué de faire de la veille et de voir différentes choses. Je pars bientôt en Chine à la foire de Canton avec Vincent : nous avons des rendez-vous et nous allons lier l'utile à l'agréable en allant faire le marathon de la Grande muraille. La meilleure façon d'observer le marché du trail dans un pays, c'est de le pratiquer, de voir comment les gens sont habillés, quelles marques ils portent, quelles discussions il y a autour... C'est ce que j'ai toujours fait et je continue de le faire.

En parallèle, j'ai suivi des modules de formation à HEC et à l'INSEAD. L'objectif, c'est de valider des éléments acquis au sein de Raidlight. J'ai récemment fait un module sur la stratégie financière des entreprises. J'ai géré une entreprise pendant 19 ans à différents stades, il fallait remettre de la théorie là-dessus, ce qui permet de porter un regard différent et de réadopter les bons réflexes plutôt que de toujours agir en fonction de son expérience. C'est mettre aussi en perspective ce que l'on a fait et se redonner des bons réflexes et de

RESTE DYNAMIQUE ET EN CROISSANCE »

bonnes armes pour attaquer un ou plusieurs projets professionnels ultérieurs. Vincent n'a pas suivi tout à fait les mêmes modules mais il s'agit du même concept.

« NOUS AVONS TOUJOURS UN ESPRIT D'ENTREPRENEUR »

Quels sont justement vos projets pour la suite ?

Il n'y a pas de pistes concrètes et choisies aujourd'hui. Nous avons toujours un esprit d'entrepreneur. Nous n'avons pas pour vocation, *a priori*, de redevenir salariés d'un groupe. Il y a plus de chances que ce soit dans l'outdoor mais les portes ne sont pas fermées, sait-on jamais. Nous avons une clause de non-concurrence qui fait que pendant deux ans et demi nous ne pouvons pas recréer une marque de trail, de produits textile ou de randonnée. Mais l'outdoor est bien plus large que cela.

D'ici deux ans et demi, cette clause prendra donc fin.

Tout à fait, mais le projet n'est pas d'attendre la fin de cette période pour faire quelque chose. Il y a une probabilité plus forte que ce soit une reprise d'entreprise dans l'outdoor, qui ne ferait pas du textile. Mais rien n'est figé pour l'instant.

A titre personnel, je ne compte pas déménager de Saint-Pierre-de-Char-

treuse mais le périmètre à une heure ou une heure-et-demie de route est large. On peut aller jusqu'à Annecy, et entre cette ville, Valence et Lyon, il y a largement de quoi faire.

Ce serait toujours avec Vincent Thibaudat ?

Nous ne sommes pas mariés non plus mais pour l'instant, tous les cas de reprise ou de création, nous les regardons à deux. Nous avons un regard complémentaire. Lui est plus financier et commercial tandis que je vais être plus marketing, innovation et R&D. Ce qui nous permet d'étudier les perspectives. Sera-t-on absolument investisseurs dans les mêmes entreprises, ce n'est pas certain. Nous n'avons pas de pacte écrit là-dessus. Il y a des chances.

Nous étudions plusieurs entreprises actuellement mais il est bien trop tôt pour que nous-mêmes nous sachions si nous voulons y aller ou pas.

En parallèle, j'ai commencé à écrire un livre qui sera mon autobiographie pour raconter comment j'en suis arrivé là et l'histoire de Raidlight. Il aura pour vocation de pouvoir être inspirant pour des entrepreneurs et pour des sportifs. J'ai un éditeur

qui me pousse à le faire. Ça pourrait peut-être sortir d'ici la fin de l'année.

Comment se porte le marché du trail en France et en Europe ?

C'est un marché qui reste dynamique et en croissance. Certaines études montrent qu'il serait plutôt en train de se stabiliser mais est-ce avant de repartir dans un ou deux ans ? Ça reste un marché porteur, qui a pris une dimension importante. Dans tous les cas, il faut continuer à avancer et à innover. Les produits d'aujourd'hui ont une durée de vie qui fait qu'ils seront dépassés dans cinq ans. On ne peut pas rester les deux pieds dans le même sabot quelle que soit la taille de l'entreprise et quel que soit le marché. Il y a des magasins, de l'Internet, des distributeurs... tout ça est quand même en train d'évoluer vers le digital et de se transformer en termes d'attentes des clients et de services, comme le fait de pouvoir commander n'importe où, n'importe quand et d'avoir les produits rapidement chez soi ou dans un magasin.

« LE DIGITAL EST L'UN DE MES POINTS FORTS »

Vous envisagez d'innover sur ce plan-là, quel que soit votre prochain projet ?

Nous avons été précurseurs au sein de Raidlight en créant une commu-

nauté de clients dès 2008, en commençant à vendre par Internet dès 1999, en créant des outils digitaux au fil du temps. Et notamment avec les stations de trail qui est à la fois un outil sur le terrain avec des parcours balisés et une architecture de communication. Le digital est l'un de mes points forts et je ne vais pas l'arrêter aujourd'hui, c'est certain. Moderniser des entreprises en termes de services, vers le digital, c'est l'un des axes que l'on garde avec Vincent dans les entreprises à reprendre.

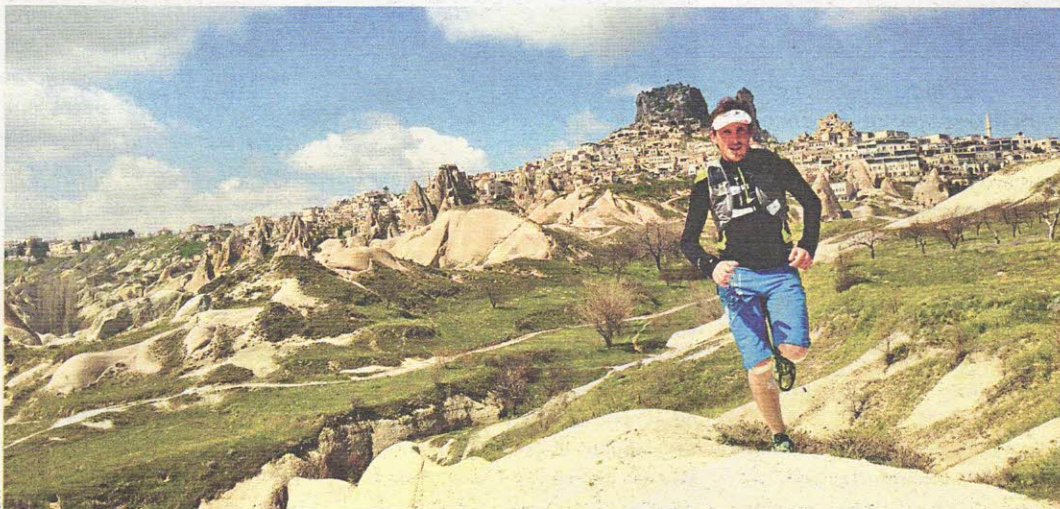
Sur le plan sportif, vous avez déjà d'autres courses en tête ?

Mon gros objectif de l'année, à titre personnel, c'est une course aux Etats-Unis de 400 km début octobre. C'est un gros challenge sportif, que j'ai déjà fait en Chine il y a quelques années. J'avais envie de retenter l'expérience de courir pendant plusieurs jours d'affilée, de s'arrêter pour dormir ou manger quand il y en a besoin, de faire une course d'ultra-endurance.

Au milieu, je vais partir découvrir quelques endroits que je ne connais pas, au Québec et en Islande. Ce sera l'occasion d'aller voir le marché de l'outdoor au Canada et au Québec sous un angle différent et en Islande d'aller faire une course par étapes, ce qui oblige à se refocaliser sur le matériel. Avec un sac à dos le plus léger possible mais avec de quoi se changer, boire, passer la nuit... Préparer un sac à dos efficace est toujours intéressant d'un point de vue intellectuel et professionnel.

Plus localement, au mois de juin, j'organise la Chartreuse Terminorum. Nous venons de finaliser le parcours, les 40 coureurs sont sélectionnés et ils connaîtront le parcours la veille. Ce sera à eux de faire ce qu'ils peuvent sur cette course que personne n'a aujourd'hui réussi à terminer.

■ Propos recueillis par
Marie Maleysson



DR