

LES ARDENNES INNOVANTES SUR TOUS LES FRONTS

L'innovation dans les Ardennes, c'est le combat permanent d'un grand nombre de PME et PMI pour créer ou développer l'activité. Après les grandes entreprises et autres grands acteurs économiques du département comme PSA, Fège, Amphenol Air LB, Faurecia, Amada... tout un maillage de créateurs s'est mis en place. L'agriculture et l'agroalimentaire suivent aussi ce chemin. Le CRITT et l'IFTS quant à eux favorisent l'innovation en apportant la technologie au service des entreprises qui ne sont pas dotées d'une structure en R&D ou en formant des cadres et des ingénieurs pour les accompagner. L'innovation tient une grande part dans la stratégie du Conseil départemental, avec une priorité donnée à la fabrication additive. « Il y a dans les Ardennes une recherche sur cette fabrication additive unique en France. Avec l'Europe, l'Etat, l'URCA et le Conseil régional, nous sommes partenaires d'un projet sur cette thématique qui inclut un certain nombre d'industriels : la plate-forme technologique régionale de fabrication additive, à l'image du Pôle Industrie Agro-Ressources à Bazancourt »,

explique le président du Conseil départemental, Benoit Huré.

De 10 à 22 millions d'euros

« Notre stratégie d'innovation consiste à rassembler tous ces acteurs, poursuit le président. L'objectif est de renvoyer chaque année 35 à 40 % de la fiscalité des entreprises vers les projets innovants. Nous travaillons avec le monde consulaire, dont le monde agricole. Enfin, nous apportons un soutien aux collectivités qui investissent en faveur de l'économie, et cela représente de 10 à 22 millions d'euros chaque année. Je crois à l'avenir de l'industrie ardennaise. Notre balance commerciale est excédentaire dans le département et les deux tiers de notre balance commerciale proviennent de l'industrie ». L'agence de développement économique du département, Ardennes Développement se montre elle aussi particulièrement sensible à l'innovation. « Mais il faut être cohérent. Si un accompagnement sur le plan technique est nécessaire, nous orientons les demandeurs vers ID Champagne-Ardenne qui détient toutes les compétences. Si nous

détections des potentiels sur la partie technique, c'est vers cette agence que nous nous tournons. Depuis 6 mois, nous l'avons déjà fait. Mais nous travaillons pour le développement des filières et plus particulièrement dans notre département sur la métallurgie, le contrôle des surfaces, la logistique... Notre agence innove dans son comportement pour des gains d'efficacité », explique son président, Philippe Mathot. « Nous sommes donc très sensibles à l'innovation en termes de réseaux que ce soit pour la gestion, le marketing. Par exemple, nous accompagnons Ardennes Design Industries, une douzaine d'entreprises qui travaillent en coopération avec la Chaire IDIS et l'école de Design de Reims. C'est cela notre mission. Nous innovons aussi avec le simulateur fiscal en ligne concernant le BER. Nous participons aussi à la réflexion concernant un incubateur. Avec le projet de campus, il nous faudra accompagner des startups, créer un outil pour cette mission. Enfin, innover c'est aussi être à l'origine de la création de nouvelles filières. Je pense à l'agricole et à l'agroalimentaire notamment ».

WIN(E) IN CHAMPAGNE : UNE MARQUE POUR GAGNER

Chargée du développement économique du bassin sparnacien la Communauté de Communes Epernay Pays de Champagne axe sa stratégie d'attractivité des investisseurs potentiels sur son fleuron : le Champagne. Elle a ainsi créé en 2013 la marque Win(e) in Champagne - gagnez en Pays de Champagne - destinée à assurer la promotion résidentielle, économique et touristique du territoire communautaire en s'appuyant sur l'identité d'un produit à forte valeur ajoutée et mondialement reconnu. En faisant passer le message que le territoire d'Epernay Pays de Champagne est

incontournable pour les industries du Champagne, connexes au Champagne et pour les investisseurs touristiques, la collectivité souhaite attirer des porteurs de projets de tous horizons. Elle s'appuie pour cela sur une identité graphique et un slogan : « I win in Champagne » repris par les ambassadeurs de la fierté des entrepreneurs à être implantés en Pays de Champagne et met en avant les potentiels du territoire. Un plan de communication a été lancé avec des plaquettes, des campagnes de publicité et un site internet à paraître début octobre 2015 à l'occa-



sion du VITeff. Avec cette marque, la CCEPC souhaite valoriser les entreprises implantées sur son territoire, dynamiser l'image du bassin sparnacien auprès des investisseurs et porteurs de projets, asseoir l'attractivité économique du secteur et faire du tourisme une composante à part entière de son économie afin de créer de nouveaux emplois dans ce domaine.