

Anaveo surveille le marché

Sécurité. Après avoir traversé la crise sans encombre, le groupe de Champagne-au-Mont-d'Or veut renouer avec la croissance externe. Le leader français de la vidéosurveillance, qui investit 6 % de son chiffre d'affaires dans la R&D, vise un chiffre d'affaires de 45 M€ en 2011.

La crise économique semble derrière Anaveo et le groupe lyonnais a su faire le dos rond. "Nous étions dans une incertitude permanente. Si nous avions trois mois de commandes, c'était bien", explique Paul Surand, président fondateur du groupe, qui a réussi à conserver l'ensemble de ses 170 salariés. "Depuis 2008, nous avons externalisé 50 % de notre activité installation et une partie de notre fabrication, poursuit Paul Surand. Cela nous donne plus de souplesse".

Si le leader français de la vidéosurveillance s'en est bien sorti, la crise a néanmoins laissé des traces sur un marché jusqu'alors florissant. "En volume, la croissance du marché est toujours à deux chiffres, mais en terme de chiffre d'affaires on tombe à 3 ou 4 % puisque les prix baissent de 15 % par an depuis le début de la crise, analyse le dirigeant d'Anaveo. Entre 2000 et 2008, le marché, en forte hausse, a connu beaucoup de LBO. Mais depuis la crise, ceux dont les opérations étaient fragiles se sont cassé la figure. Il y a aujourd'hui beaucoup de sociétés qui sont devenues incensibles". Autant d'écueils à éviter pour le groupe lyonnais qui souhaite renouer avec la croissance externe, près de six ans après sa dernière acquisition. "Il faut oublier les petites entreprises, précise Paul Surand. Nous ciblons des sociétés moyennes, partout en France".

Le groupe de Champagne-au-Mont-d'Or, quasiment seul en France à maîtriser toute la chaîne de la conception à l'installation, mise également sur ses capacités d'innovation. Anaveo consacre 6 % de son chiffre d'affaires et huit personnes à la R&D, sans compter ses partena-



riats avec les laboratoires académiques. "Ce qui fait notre force, c'est notre capacité à sortir des nouveautés", assure le président. Son dernier produit, ZoneTracker, a ainsi nécessité deux années de travail en association avec deux laboratoires du CNRS et un budget de 800 000 €. "La vidéosurveillance intelligente constitue le futur du métier. Tout le monde est capable de produire des images, mais

le dernier produit d'Anaveo, baptisé ZoneTracker, a nécessité deux années de travail en association avec deux laboratoires du CNRS et un budget de 800 000 €.

il faut pouvoir les analyser", explique Paul Surand.

Une technologie dont sont friands la grande distribution et le commerce d'enseignes, clients historiques d'Anaveo qui représentent toujours 60 % du chiffre d'affaires du groupe. Car depuis deux ans, l'entreprise lyonnaise répond également aux appels d'offres lancés par les communes en matière de vidéosur-

veillance. Anaveo, qui cible exclusivement les villes petites et moyennes, vient ainsi d'équiper la station de sports d'hiver de Val Thorens. Après un exercice 2010 stable à 40 M€ de chiffre d'affaires, le groupe lyonnais compte reprendre sa marche en avant et vise les 45 M€ en 2011, avec un Ebit à deux chiffres.

FLORENT ZUCCA

Les débuts à l'international

Après l'Espagne, la Pologne, la Bulgarie et la Chine en 2010, Anaveo compte s'implanter en Italie cette année.



Paul Surand, président d'Anaveo.

Leader français du marché de la vidéosurveillance, Anaveo s'est risqué pour la première fois à l'international en 2010. "C'est une petite révolution pour nous, insiste Paul Surand, président fondateur du groupe lyonnais. Il s'agissait d'abord d'accompagner nos clients français, avant de conquérir le marché local". L'entreprise de Champagne-au-Mont-d'Or a débuté son aventure à l'export par l'ouverture de bureaux

commerciaux en Espagne, en Pologne, en Bulgarie et en Chine, avant de transformer son bureau de Shanghai en véritable filiale. "Notre antenne chinoise emploie déjà deux personnes, précise Paul Surand. D'ici fin 2011, nous devrions avoir entre dix à douze salariés à l'étranger, dont cinq ou six sur la seule filiale de Shanghai". En Chine, Anaveo recourt à la sous-traitance pour la fabrication et l'installation de ses produits.

Satisfait de ses premières expériences à l'international, Paul Surand ne s'arrête pas là et prépare une implantation en Italie au cours du premier trimestre 2011. Au total, le président d'Anaveo vise un chiffre d'affaires export compris entre 2,5 et 3 M€ cette année. En France, le groupe lyonnais compte dix agences dans les plus grandes villes dont la dernière vient d'ouvrir à Toulouse en décembre dernier.

F. Z.

LE GROUPE FÊTE SES DIX ANS

Installé à Ecully, le groupe qui deviendra Anaveo prend forme en 2001, lorsque Paul Surand rachète CST, une société d'installation d'équipements de vidéosurveillance. "Il nous fallait croire assez rapidement sur un marché qui allait vite devenir mature", explique le fondateur, qui poursuit ses opérations de croissance externe. En 2002, c'est l'acquisition de Picsys, société de fabrication d'équipements de vidéosurveillance. Puis en 2003, c'est au tour de T2M, filiale de Matra, également spécialisée dans la fabrication. Enfin, en 2004, le groupe lyonnais, qui réalise alors 10 M€ de chiffre d'affaires, rachète la société Digital Vision (10 M€ de chiffre d'affaires également) et devient Anaveo. Désormais leader français du marché de la vidéosurveillance, le groupe dirigé par Paul Surand déménage à Champagne-au-Mont-d'Or et s'installe aux Carrés du Parc en 2005.