

# ECO

DE L'AIN

hebdomadaire économique

1,50 € - N°12170 DU 22 AU 28 FÉVRIER 2018



## TRAVAIL DÉTACHÉ

Un nouvel engouement et des mesures

## FORMATION

Vers une MFR en Pays de Gex

# STÉPHANE ROSTAING

« LE MEDEF, UN RELAIS POUR LES ENTREPRISES »



## DOSSIER

# ÉGALITÉ HOMME-FEMME

DANS L'AIN COMME AILLEURS, ENCORE UN LONG CHEMIN

37829593-1,50€

02220



# Stéphane Rostaing

## « Je crois fondamentalement à la force du collectif »

LE TOUT NOUVEAU PATRON DES PATRONS DE L'AIN SE LIVRE ET ANALYSE SA VISION DU MEDEF, CELLE DU BUSINESS, EN PARALLÈLE AVEC SON ACTIVITÉ PROFESSIONNELLE DENSE.

Propos recueillis par Myriam Denis

**Vous êtes le nouveau président du Medef de l'Ain à la suite d'Alain Palisse, depuis le 16 janvier dernier. Comment envisagez-vous votre mandat ?**

Voilà dix ans que j'étais vice-président, je connais bien la maison et les interlocuteurs.

L'action d'Alain était intéressante, dans le sens du « *local et utile* ». Les entreprises, quelles qu'elles soient, ont besoin d'être aidées et accompagnées, ou en tout cas, de trouver avec le Medef, un relais pour les aiguiller vers des spécialistes. Et c'est là que ma vision des choses diffère de mon prédécesseur : mon opinion est qu'il nous est nécessaire de nous spécialiser. Des interlocuteurs pertinents, comme la CCI, existent pour accompagner les entreprises, notamment sur l'international. Le Medef aura davantage un rôle au niveau du juridique et de la médiation.

Le syndicat doit également endosser un rôle empathique, d'écoute, tout en faisant remonter l'information et notamment, les difficultés que les entrepreneurs rencontrent sur le terrain. Qu'il s'agisse d'un artisan ou du chef d'entreprise d'une structure un peu plus grande, il (ou elle) travaille dans son coin, avec ses problématiques de clients, de production... Cette personne peut rapidement se sentir seule. Le syndicat doit revêtir ce rôle d'écoute, de partage, de services. Maintenant, il faut mettre en place une feuille de route précise pour accompagner au mieux nos entreprises, notamment les TPE et PME.

**L'image du Medef ne semble pourtant pas prioritairement tournée vers cette cible des TPE / PME, qui serait plutôt l'apanage de la CPME ?**

Une entreprise de moins de vingt salariés ne dispose pas de service juridique. Au mieux, un cabinet d'avocats et des juristes peuvent intervenir, mais cela ne lui suffit pas toujours. Et puis, nous sommes là pour apporter des services aux entreprises. L'idée, c'est de parvenir à réseauter, à partager nos expériences, sans empiéter les uns sur les autres. Il est primordial de faire le lien entre les entreprises. Je crois fondamentalement à la force du collectif. Additionnez toutes les individualités, vous ne parviendrez pas à la même somme obtenue via le collectif. C'est tout l'enjeu du réseau aujourd'hui !

**Et se pose la question du recrutement au sein de votre syndicat...**

Recruter au Medef, passe d'abord par apporter le bon service de spécialistes à nos adhérents, le recrutement se fait ensuite naturellement. Les grandes entreprises se retrouvent au Medef, car il revêt une position plutôt forte au niveau national. Elles se savent représentées. Le Medef territorial est également là pour relayer l'information du Medef National.

**Comment vous positionnez-vous par rapport à la parole du Medef national ?**

Certains sujets m'intéressent : la formation notamment, qui est essentielle. Lorsque Pierre Gattaz a pris ses fonc-

tions, il annonçait un million de créations d'emplois. Aujourd'hui, dans la région Aura, il reste encore 500 000 emplois qui ne sont pas pourvus... Pourquoi ? Parce que les entreprises ne trouvent pas les personnes qui correspondent aux jobs qu'elles peuvent offrir. La formation est clairement en cause. Je suis en accord avec la volonté de réforme de la formation. Un autre message fort du Medef : il faut accentuer la digitalisation des entreprises. Cela me paraît tout à fait juste. En revanche, il est certain que l'on ne peut pas toujours être en accord sur tous les sujets...

**Vous venez du monde industriel, l'entreprise Rostaing est une institution dans le département...**

L'entreprise a été fondée en 1789, il s'agit effectivement d'une très vieille société qui a connu quatre générations d'entrepreneurs dans le domaine du cuir. Dans les années 1950, l'entreprise a vécu un changement, pour s'orienter vers la ganterie de protection à base de cuir. Avant de se transformer, dans les années 1990, de nouveau.

**La période où vous avez rejoint ses rangs ?**

En 1994, j'avais prévu de partir aux États-Unis. Mais en 1993, mon père a rencontré des difficultés financières dans l'entreprise. Il a perdu un marché important, qui représentait presque 30% de son chiffre. Il s'est alors interrogé sur la pérennité de la société : fallait-il la vendre, ou que ses enfants apportent du sang neuf ? Avec mon frère, nous nous sommes alors impliqués. À l'époque, notre chiffre d'affaires avoisinait les 7,5 millions euros pour 200 personnes, aujourd'hui, notre CA s'élève à 23,5 millions d'euros pour 350 personnes (300 collaborateurs sur les sites de production au

### REPÈRES

- Né le 11 mars 1970 à Lyon. Il entre en 1994 dans l'entreprise familiale, où il intervient aux côtés de son frère et sa sœur, dont il rachète les parts en 2014.
- Bac scientifique en poche, il s'oriente vers la physique-chimie (maîtrise de chimie macromoléculaire approfondie), puis devient ingénieur dans le domaine des matériaux souples (textiles, cuirs, plastiques).
- Le 16 janvier 2018, il devient le président du Medef de l'Ain, à la suite d'Alain Palisse.



Maroc, une cinquantaine sur le site de Villieu-Loyes-Mollon dans l'Ain). Par la suite, après avoir connu différents postes (R&D, achats, direction commerciale) j'ai eu envie de reprendre la société... Parce que je l'aime!

**Votre entreprise ne semble pas connaître la crise. Comment avez-vous orienté votre stratégie pour permettre son développement?**

Le cœur d'activité de l'entreprise est celui du gant de protection. On connaît souvent le gant de jardinage, qui représente environ 30% de notre activité. Mais nous sommes principalement tournés vers le monde professionnel : l'industrie, la sécurité (administrations, pompiers, police, sécurité privée). Par exemple, notre gant ScanForce est une aide à la palpation. Un système de détection des métaux est intégré au gant, et il vibre au contact d'un métal. Nous avons reçu un prix lors des trophées de l'innovation, à Paris, pour un système qui vient se placer sur le bout des doigts, toujours dans cette optique d'aide à la palpation. Nous produisons également des gants de combat pour les mili-

**LE SYNDICAT DOIT REVÊTIR CE RÔLE D'ÉCOUTE, DE PARTAGE, DE SERVICES.**

taires, qui ressemblent à des gants de motos, avec des protections souples qui, lors d'un choc, durcissent. En France, nous élaborons nos produits, mais leur fabrication est confiée à nos ateliers au Maroc, où nous disposons de trois usines. Les services de type commercial, R&D, design, marketing, qualité, logistique et *supply chain* sont ici. En revanche, les produits détecteurs de métaux sont fabriqués ici, car on ne veut pas faire circuler l'électronique. Pour nos produits, nous utilisons le cuir mais pas uniquement, nous travaillons beaucoup avec des fils et tissus techniques. Nous avons élaboré les coques rigides de certains de nos produits avec la Plastics Vallée.

**Quels sont les grands défis auxquels vous êtes confronté sur votre secteur d'activité?**

L'innovation! Il faut vraiment être à la pointe de l'innovation. Par ailleurs, j'ai suivi une formation qui a modifié ma

vision de l'entreprise. Elle portait sur la valeur : la valeur que vous donnez aux choses. En fonction de ce que vous mettez dans et autour de votre produit, vous ne lui donnez pas la même valeur. C'est ainsi que l'on travaille la valeur de la marque, du produit, sa différenciation visuelle. Il est primordial de valoriser les différenciations du produit, via, par exemple, son packaging. Dans la culture industrielle, on évoque souvent le sujet de la baisse des coûts. On peut également penser à cette augmentation de la valeur du produit. C'est alors une philosophie complètement différente. Répondre au besoin des clients est fondamental. Parfois, les choses se jouent dans les détails également, que nous souhaitons particulièrement soignés. Il faut que le produit plaise! Vous savez, l'innovation, ce n'est pas simplement trouver l'idée géniale. L'innovation passe également par le service. Par exemple en 2017, nous avons lancé six services différents : des choses que souvent, nous faisons déjà, mais que nous avons officialisées, mises en valeur, marketées. Autant d'idées que nous pourrions partager lors d'échanges au Medef!