



CONCESSION
I.Novatis Alternative Urbaine

« L'innovation au service du mobilier urbain
et du développement durable »

INTRODUCTION

Le marché du développement durable est l'un des plus gros de ce début de siècle, I.Novatis veut y tenir un rôle prépondérant en qualité d' « intégrateur de solutions ». Les acteurs des différents secteurs abordés ne sont guère innovants tant dans les solutions techniques qu'ils offrent, souvent prisonniers d'une technologie unique (métallurgiste ou plasturgiste ou « marchand de béton », etc...), que dans leurs méthodologies de commercialisation.

I.NOVATIS EN QUELQUES MOTS

I.NOVATIS : INTEGRATEUR DE SOLUTIONS

I.Novatis a pour vocation d'étudier, créer et commercialiser des produits de préservation de l'environnement au travers de 2 réseaux travaillant en synergie :

- « I.Novatis Alternative Urbaine » propose une offre de mobiliers et équipements novateurs prenant en compte l'identité régionale et les besoins identifiés des habitants.
- « I.Novatis Alternative Environnement » propose des solutions de préservation de l'eau, de l'air, des sols, de lutte contre le bruit et d'économie d'énergie.

Le concessionnaire local I.Novatis Alternative doit être, pour les décideurs locaux, un interlocuteur de proximité incontournable. Il est « dépositaire » de solutions innovantes propres à I.Novatis ou à ses partenaires soigneusement identifiés et validés.

La phase de « découverte » de l'existant et des problèmes ou souhaits est essentielle. Un élu aime bien parler des villes en général mais il préfère avant tout parler de la sienne.... Notre approche avec une réponse spécifique, « personnalisée » est le moyen de faire la différence pour devenir le partenaire de la collectivité locale sollicitée de manière très importante par de nombreux fournisseurs de mobilier urbain standards.

La prise en compte des identités régionales est fondamentale dans le type de produits et solutions que nous proposons.

ANALYSE DU MARCHÉ DES COLLECTIVITES LOCALES

Il existe une forte demande au niveau des collectivités locales en matière de fournitures d'équipement urbain

Ce marché présente les caractéristiques suivantes

A l'inverse des sociétés classiques où les responsables des achats sont bien identifiés, les décideurs réels dans les collectivités sont fluctuants d'une structure à l'autre : maire, élu, DST, responsable technique et doivent être identifiés au cas par cas. Les circuits de décision peuvent être assez longs.

De plus en plus, les collectivités locales, par recherche de productivité et de facilité, sont à la recherche de fournisseurs leur apportant non plus des simples produits mais de véritables solutions. La notion de service est de plus en plus forte.

L'offre produit est assez diffuse et le nombre d'intervenants important. La demande évolue vers des produits de plus en plus personnalisés ou personnalisables afin de donner une signature et de l'image à la collectivité. Les préoccupations environnement et esthétique sont de plus en plus fortes pour autant qu'elles permettent au décideur de se faire valoir.

Compte tenu des circuits de décision, le temps de mise en place d'une véritable collaboration entre un fournisseur et une collectivité est plutôt long. Il peut toutefois être accéléré en utilisant son relationnel. En contrepartie de cette lenteur à installer un business, les affaires sont récurrentes et un fournisseur ayant un bon service et ayant pu se rendre indispensable peut espérer obtenir des commandes année après année sans effort particulier majeur.

L'opportunité d'entreprendre avec I.Novatis :

Notre approche est totalement originale sur ce type de marché. Le fait de commercialiser notre offre par des « entreprises de proximité » est très apprécié, très « politiquement correct », et le nouveau code des marchés publics opérationnel depuis 2004, est très favorable, contrairement au précédent, à ce type d'entreprise.

Le concessionnaire « Alternative Urbaine » vend un service complet à son client.

Notre offre se décompose en cinq segments dont notre client choisit tout ou partie selon son besoin réel :

1. Conception
2. Construction
3. Pose
4. Maintenance préventive et curative
5. Nettoyage

Notre premier facteur différenciant dans cette approche est d'une part que nous ne proposons pas seulement des produits (comme la quasi-totalité des fabricants) mais une réponse globale au client et que ce client a le choix de prendre tout ou partie de cette offre qui n'est pas obligatoirement packagée (au contraire des sociétés de type bureau d'études et fabrication ou de type JC Decaux (même si nous ne faisons pas le même métier, la comparaison existe dans la tête des clients).

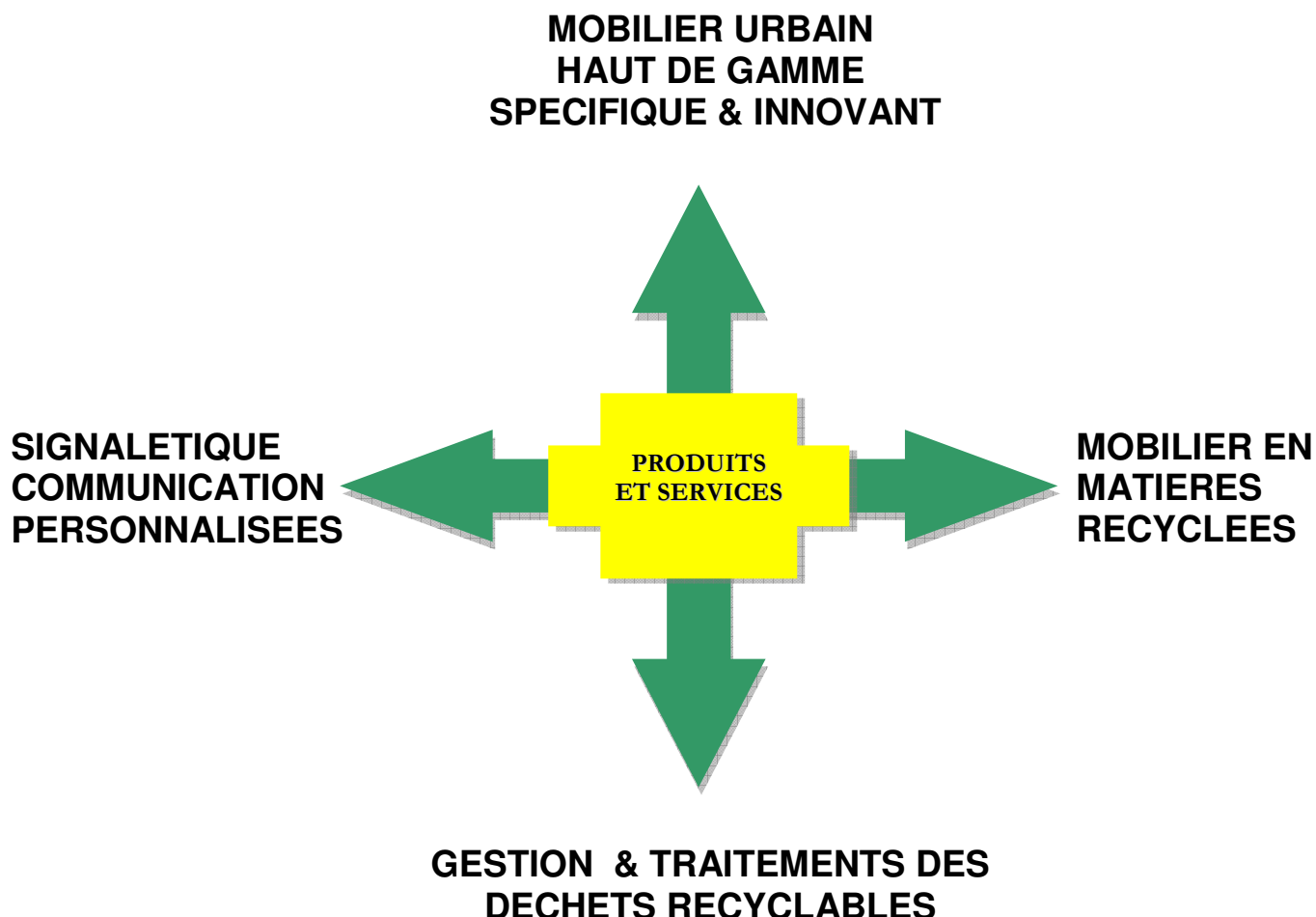
Notre second facteur différenciant est l'intégration d'un designer capable de concevoir des mobiliers sur mesure ainsi que de réaliser des simulations d'insertion dans le paysage ou autre. Cela nous permet de disposer de mobiliers exclusifs à côté des mobiliers que nous revendons.

Notre troisième facteur différenciant est de pouvoir proposer aussi bien du mobilier de confort que de propreté ou de communication ou de fleurissement même si pour cela, il faut que le concessionnaire connaisse un minimum les problèmes d'espaces verts.

L'approche commerciale préconisée est de « rentrer dans une commune » par une vente, souvent de produits sortant de l'ordinaire (notion de service rendu, d'originalité) puis d'établir une relation de confiance pour vendre les mobiliers ou autres dont a besoin la commune, même s'il s'agit de bancs, corbeilles et autres produits « basiques ».

Un accord avec un poseur est optionnel car en général, chaque ville a le sien.

On ne met pas forcément en avant le fabricant.



❖ Les produits

I.NOVATIS offre une solution adaptée précisément à la problématique locale. L'offre du produit n'intervient qu'après analyse en profondeur du besoin, elle peut alors porter sur tout ou partie de la gamme I.NOVATIS.

L'offre « personnalisée » est adaptée en volume, forme et matériaux aux attentes des clients, et intègre l'enveloppe budgétaire disponible. L'implantation géographique, à proximité des clients, permet d'être plus efficace qu'un catalogue, en terme de conviction et de démonstration des qualités et caractéristiques des produits. De plus, la société s'engage à suivre efficacement le cycle de livraison et de pose du matériel.

L'offre est répartie en 4 grands secteurs :

1. Les mobiliers urbains personnalisés et répondant à des cahiers des charges précis.

Ce sont des **créations originales** aux clients qui souhaitent une exclusivité, nombre d'élus souhaitent personnaliser le mobilier de leur ville, forcément différentes des autres ...

On trouvera également dans ce secteur :

- Des équipements de gestion du stationnement (arceaux, barrières et barrages commandés à distance)
- Des toilettes auto-nettoyantes non systématiquement tributaires de la présence d'un collecteur de tout à l'égout en dessous. Ces toilettes ont un « habillage » personnalisé prenant en compte tant dans son design que dans les matériaux utilisés les spécificités régionales. Elles peuvent également être encastrées dans des bâtiments existants.
- Des systèmes de stationnement sécuritaires des vélos.
- Des bancs dissuadant d'en dévier l'utilisation originelle.
- Des mobiliers de fleurissement et de décoration festive.

A cette offre s'ajoute, en complément d'offre, un catalogue de produits standardisés pour les besoins banalisés.

Cela fait du CA régulier avec une marge de l'ordre de 20% à 25% en moyenne et permet donc de payer les frais généraux.

2. Une offre « propreté durable » où l'on trouvera notamment

- Des **conteneurs enterrés pour les points recyclage** (points de récupération volontaire et de tri des déchets ménagers) **et les bacs à ordures ménagères** « classiques » mais souterrains qui suppriment les conteneurs de surface, et permettent d'allier l'esthétique avec la protection acoustique du voisinage et de réduire l'encombrement de la voie publique.
- Des gammes personnalisées d'abri-conteneurs permettant de redonner une esthétique à des zones à l'aspect contestable.
- Des corbeilles à papier personnalisées diminuant les odeurs et les risques liés aux attentats.

3. Une gamme de signalétique publique ou commerciale personnalisée pour chaque ville (« signature de la ville »).

La signalétique est une offre I.Novatis complètement intégrée.

Le fabricant est un sous-traitant qui exécute la conception I.Novatis.

Le concessionnaire a le contact commercial, le service design d'I.Novatis conçoit et, sous le contrôle du responsable de l'activité, fait fabriquer.

Les marges sont fortes (25 à 40%) et les volumes peuvent être assez importants (10 à 20 000€ pour chaque affaire).

4. Une gamme de mobiliers de confort et d'agrément en matériaux recyclés

Gamme particulièrement esthétique pour satisfaire aux demandes de plus en plus nombreuses des élus soucieux de contribuer à une politique soutenue de recyclage des déchets qui impose des « filières ».

Les 4 activités ont des cycles de vente tout à fait différents, ce qui doit permettre de lisser l'activité avec une activité régulière (mobilier urbain) mais à démarrage lent à la création de la société (12 à 18 mois), une activité moyennement régulière (signalétique) à forte marge et à forte fidélisation mais à démarrage plus rapide (6 à 12 mois) et une activité irrégulière qu'il faut considérer comme un plus (déchets).

Principales cibles :

- Communes,
- Conseil Général,
- Conseil Régional
- Sociétés d'autoroutes.
- Sociétés de parking
- Grande distribution
- Banques
- Copropriétés
- Campings
- Hôpitaux, cliniques, maisons de retraite.
- Etablissements scolaires
- Grandes entreprises
- Hôtels restaurants

La concurrence :

La concurrence recensée est de taille très diverse (Plastic Omnium, Allibert, CITEC,...), avec pour la plupart un système de vente sur catalogue et des produits standardisés vendus en quantité avec une argumentation axée presque exclusivement sur le prix.

Rappel : la mise en application du **Nouveau Code des Marchés Publics** modifie les règles de publicité et est plutôt favorable aux petites entreprises.

❖ Produits en développement

L'enrichissement de la gamme des produits s'organise selon 2 axes :

1/ La structure centrale I.NOVATIS est en charge d'organiser la **veille technologique** en vue de s'intéresser aux **nouveaux produits ou concepts** dans un complet respect de notre cohérence d'image.

2/ Le bureau d'études et de design crée de **nouvelles gammes de mobilier urbain**, en travaillant sur 3 axes :

- Recherche esthétique, prise en compte de l'identité régionale
- Prise en compte de la diversité de la population d'une ville.
- Matériau adapté à la demande
- Prix de revient (externalisation de la fabrication).

❖ Organisation commerciale d'I.Novatis

Pour le marché national, nous avons lancé un programme de recrutement d'un réseau de concessionnaires. Ceux-ci bénéficieront de nos premiers partenariats, et nous leurs transféreront notre savoir faire, et l'exploitation de nos marques et modèles.

Chaque concessionnaire pourra constituer une équipe commerciale et éventuellement technique. Le concessionnaire réalisant 80% de son chiffre d'affaire sur les collectivités, il lui est confié un potentiel de **1000 communes environ ou environ 1.700.000 habitants** Sur Paris et la « proche couronne » I.Novatis exploite la zone en direct comme n'importe quelle concession.

❖ Structure de la concession

Le concessionnaire devra créer une petite structure avec 1 ou 2 commerciaux et à terme (3 ans) probablement un technicien pour le S.A.V.

Le concessionnaire est le « premier vendeur » de son entreprise. Il aura en particulier en charge l'approche des plus grosses collectivités et les grands compte de son territoire de son territoire.

Ses commerciaux sont des « laboureurs ». La préconisation est de recruter :

- Un commercial « ouvreur de nouveaux marchés », c'est un prospecteur qui aura compris que, sur ce type de clientèle, la conquête du client ne se fait pratiquement jamais en une seule visite. Il devra, par conséquent, savoir surmonter l'apparence de l'échec et se comporter en négociateur patient mais déterminé et pugnace, savoir instaurer un climat de confiance avec les clients. La notion d'entreprise régionale est un argument fort pour les décideurs qu'il devra mettre en avant. Le commercial devra, comme le concessionnaire, avoir une certaine connaissance de ce type de marché.
- Un commercial B to B, qui aura pour charge d'approcher les annonceurs pour faire vivre l'activité signalétique fortement génératrice de marge. Le profil type étant le vendeur oeuvrant sur les marchés fortement concurrentiels (par exemple vendeurs issus des secteurs de la publicité ou de la bureautique, ou encore vendeurs ayant comme principal client la grande distribution).

❖ Le profil du concessionnaire

C'est un commercial B to B qui souhaite créer son entreprise ou un chef d'entreprise qui cherche une réorientation de son business.

Le concessionnaire doit avoir les caractéristiques suivantes

- Compte tenu du délai pour mettre en place un business rentable, sauf relationnel important, disposer de 12 à 18 mois avant de devoir se « nourrir » exclusivement sur sa concession
- Etre issu du monde de la collectivité locale ou des entreprises qui les fournissent et en connaître les arcanes
- Etre orienté Service avec en corollaire :
 - Aptitude et ténacité commerciale
 - Grande disponibilité et grande capacité de travail.
 - Créativité pour pouvoir répondre aux problématiques Signalétique, « faire rêver l'élu ».
- Avoir la capacité à être présent sur le terrain lors des poses et en vérifier la qualité.
- Avoir si possible des introductions dans le monde des décideurs collectivités locales
- Démarrer très rapidement des opérations de vente en particulier en organisant une opération événementielle pour matérialiser son arrivée sur son secteur.

LES MARCHES PRINCIPAUX.

❖ Le secteur public.

- Les collectivités territoriales, selon les cas. Mairies, Communautés urbaines, Communautés d'agglomération, Communautés de communes, Pays, EPCI (établissements publics de coopération intercommunale), Conseils généraux, Conseils régionaux, Préfectures.
- Hôpitaux
- Etablissements scolaires, Universités, Centres de formations publics, etc...
- EDF, SNCF, régies de transports publics, France telecom, et toute entreprise détenue, au moins partiellement, par l'état.
- Délégations régionales des ministères et organismes publics (agences de l'eau, DDE, police, services fiscaux, etc...)
- Armée, CPAM, prisons, Tribunaux, Campings Municipaux, Parcs de loisir, stations de ski, OPHLM, parkings publics souterrains, aires d'autoroute, etc.

❖ Le secteur privé.

Quelques niches ont été identifiées, pour certains de nos produits, on peut citer de manière non exhaustive : la grande distribution, les parkings, les campings, les cliniques et hôpitaux privés, les lotisseurs, les architectes, les syndicats d'immeubles, les commerçants, les banques etc

POINTS FORTS DU CONCEPT DE CONCESSION

- Un climat global où il n'est plus « politiquement correct » de ne pas prendre en compte la dimension environnement
- Une approche originale de proximité rendue possible par un service design intégré.
- Un site internet très puissant (extranet), véritable « bureau nomade » qui permet au concessionnaire un fonctionnement décentralisé confortable et professionnel.
- Des références importantes à décliner en régions concessionnaires.
- Des partenariats à exploiter immédiatement.
- Des frais de structure très réduits, pas de nécessité d'investir dans des locaux, des aménagements ou des stocks, un simple bureau dans une pépinière d'entreprises, par exemple, avec secrétariat partagé suffira pour débiter l'exploitation.
- Un revenu récurrent.
- Un partenaire qui aide au lancement et au développement de la concession.
- Une clientèle « solide » mettant à l'abri des impayés.
- Une activité « médiatique » qui permet aux élus de « capter des suffrages »
- Une structure centrale du concédant forte et impliquée qui fait elle-même le « métier de concessionnaire » sur la proche couronne parisienne et connaît donc parfaitement la problématique de ses concessionnaires.

PARTENARIATS COMMERCIAUX

- ◆ PRODUCTIS dirigée par l'ancienne directrice de la formation de Xerox France assure la formation commerciale et aide au lancement des concessions (qualification de fichiers, phoning prise de RDV's, etc...)
- ◆ Pour les financements nous développons des solutions avec les groupe KBC Lease et Venturis.
- ◆ Pour la formation et l'optimisation du site Internet et du réseau extranet nous nous appuyons sur la société Compétences + (également prestataire pour L'Oréal, Péchiney, Usinor, France Télécom, etc...)
- ◆ Pour la R et D, le design et l'infographie nous avons une cellule de compétences technique et artistique articulée autour de notre designer F Vial (prix du concours international de design Utopia 2004, mention spéciale du jury du salon du vélo 2006).
- ◆ Pour les toilettes auto-nettoyantes, selon les contraintes fixées, nous nous appuyons sur le groupe Sagelec pour les automates et la société Evac (groupe Zodiac) pour les évacuations sous vide
- ◆ Pour les Funflags et mâts portes drapeaux nous avons signé un partenariat avec le leader Français le groupe Deschamps
- ◆ Pour la gestion du stationnement nous avons tissé un partenariat avec MG2 automation
- ◆ Pour le mobilier de fleurissement et de décoration festive, comme pour notre complément d'offre standardisé, notre partenaire est le groupe France Urba
- ◆ Pour les conteneurs enterrés nous sommes en partenariat avec le groupe Allemand Sulo.

❖ Kit d'intégration

Le concessionnaire bénéficie :

- D'une aide à l'établissement de son business plan et aux demandes de prêts créateurs. La plupart des concessionnaires ont obtenus 28000€ de prêts à la création (BDPME 7000€, banques 21000€) ce qui permet, entre autre, l'acquisition de la concession sans « puiser » dans ses ressources personnelles.
- D'une charte graphique, de marques et modèles déposés.
- D'une éventuelle assistance pour les négociations avec les comptes stratégiques régionaux.
- D'un site Web très performant et d'une assistance à son utilisation.
- D'un « Kit Communication » : cartes de visite, papiers en tête, plaquettes, CD et Books
- Etude comportementale « Insight Discovery » qui permet à chacun d'identifier ses forces et faiblesses personnelles afin de corriger ces dernières.
- D'un accompagnement à l'organisation commerciale, et à la prise de décision
- Formation :

Technique : Formation aux produits, faite par les concepteurs ou licenciés et aux produits de communications interne (Site Web, WebMail, Outils de reporting ...)

Commerciale (Selon le profil du candidat):

Approche des collectivités locales

Accompagnement terrain.

Argumentaire Produit, training argumentaire par cabinet extérieur (après la confirmation du protocole).

Comptable : Formation par professionnel de la comptabilité aux bases de gestion d'une PME.

- **Kit de lancement** :

Méthodologie de travail avec force de vente supplétive ponctuelle.

Aide au recrutement d'un commercial « mass market » en contrat « aidé ».

Organisation de l'opération « portes ouvertes » d'inauguration de la concession avec appui de l'équipe de direction I.Novatis.

Opération phoning pour premiers rendez-vous par cabinet spécialisé.

❖ Conditions d'accès

Le territoire concédé est d'environ 1.700.000 habitants ;

Il n'est pas possible de signer le contrat de concession d'emblée, ceci afin de donner aux 2 parties un « droit à l'erreur », la possibilité d'apprendre à se connaître, de bâtir ensemble le business plan du concessionnaire et de vérifier ensemble la validité des arguments évoqués par chacun lors des entretiens de recrutement. (Vérifier la qualité des produits et partenaires pour le concessionnaire, évaluer l'aptitude à la vente et à la capacité à diriger une entreprise du candidat pour I.Novatis).

Il est, par conséquent, signé au départ un « protocole de réservation de territoire » entre les parties, fixant, entre autre, la date de signature du contrat de concession, cette date intervenant entre 2 et 5 mois après la signature du protocole.

Les conditions de règlement du kit d'intégration et des droits d'entrée sont les suivantes :

- A la signature du protocole de réservation de territoire, il sera proposé au candidat d'intégrer un stage de formation au métier de dirigeant de PME, et de qualification du projet, dans une société partenaire, le coût du stage étant de 3300€HT payés à la signature de la commande de stage.
- Le kit d'intégration à un coût de 6700€, et sera réglé de la manière suivante : un mois après la signature du « protocole de réservation », le candidat intégrera le programme d'intégration prévu dans le kit, le candidat versant, simultanément 4000€ HT à I.Novatis, le solde étant payé à la signature du contrat définitif.
- Le concessionnaire durant sa période de formation établira son business plan avec le support d'I.Novatis. Au cours de cette période le concessionnaire devra qualifier son marché régional.
- Le contrat de concession devra intervenir entre le deuxième et le cinquième mois suivant la signature du protocole de réservation Les droits d'entrée sont de 800€ par tranche de 100000 habitants. Pour 1.700.000 habitants, par exemple les droits s'élèvent à 13600€.
- Le paiement des droits s'effectue à la signature du contrat, par la société concessionnaire créée qui a, entre temps, négocié son prêt créateur ou prêt bancaire « classique », sauf disposition particulière.
- La concession s'acquitte d'un droit d'exploitation permanent de 10 € HT par mois et par tranche de 100000 habitants, qui permet l'actualisation et la maintenance permanente du site internet, le support de la direction de réseau (en particulier pour faire vivre les synergies entre les différentes composantes du réseau), le support du bureau de design, la formation continue du concessionnaire et de ses collaborateurs. A ce droit fixe s'ajoute une redevance de 5% sur leur C.A. pour financer la structure centrale d'I.Novatis, le support terrain du concédant pour des opérations commerciales ou de relations publiques sur le territoire du concessionnaire, la veille technologique et une approche nationale des grands comptes.

INTEGRATION CONCESSIONNAIRES

La formation se fait par sessions de 2 ou 3 jours toutes les 3 semaines environ.

PREMIER MOIS (« PRE-STAGE »)

- Formation à l'utilisation du site internet.
- Formation à la création et à la gestion d'une PME
- Formation de base aux premiers produits (par I.Novatis, inventeurs et dirigeants des sociétés partenaires)
- Sorties terrain avec un concessionnaire en place
- Rencontres avec concessionnaires I.Novatis
- Premiers sondages clients sur son territoire sur produits vus en formation dans une optique de qualification du marché régional.
- Etablissement des grandes lignes du business plan, partie rédactionnelle, plan d'action commercial.
- Rencontres avec 1^{ers} institutionnels : Mairie du futur siège, ASSEDIC, ANPE, PFIL
- Début des démarches de création de l'entreprise.

DEUXIEME MOIS

- Finalisation du business plan et notamment comptes d'exploitation prévisionnels
- Poursuite de la qualification marché régional et sorties éventuelles avec concessionnaires ou équipe commerciale I.Novatis.
- Rencontres avec certains acteurs de la création d'entreprise (CCI, BDPME, Banques)
- Présentation des demandes de prêts.
- Suite de la formation aux produits.
- Recherche des aides à la création (PCE, FRAC, etc...).
- Création de l'entreprise, obtention du K Bis
- Demande de déblocage des prêts obtenus
- Premières propositions et devis.
- Rencontres avec institutionnels : Union Patronale, Conseil Général, Conseil Régional, associations économiques diverses
- Formation au nouveau code des marchés publics.
- Formation à la location financière.
- Formation commerciale: Structure du rendez-vous commercial
- Etude comportementale « Insight »

TROISIEME ET QUATRIEME MOIS

- Signature du contrat de concessionnaire
- Visite, sur demande, des sites de production de nos principaux partenaires Négociation avec les collectivités locales
- Action de phoning « prise de RDV décideurs » avec Productis
- Opération d'inauguration de la concession.
- Informations sur recrutement des commerciaux et opérations « commando ».
- Pénétration des réseaux de décideurs : méthodologie

INVESTISSEMENTS MOYENS

PAPETERIE : 300€
INFORMATIQUE : 2000€
FORMATION/INTEGRATION : 11000€
DROITS D ENTREE : 13600€

EQUIPE DIRIGEANTE ET ACTIONNAIRES ACTIFS

Philippe Vérout

Issu de « l'école » de vente mondialement réputée : Rank Xerox, où il a passé 10 ans, il a participé à la création de plusieurs entreprises et développé des réseaux commerciaux de toutes natures (salariés, franchisés, concessionnaires) pour des entreprises de toutes dimensions. **Président du conseil d'administration d'I.Novatis et directeur général, en charge, en particulier, du développement de réseau.**

Olivier Benezech

Entrepreneur de vocation, il a commencé sa vie active en créant son entreprise, suite à son passage par l'école de vente Rank Xerox. Il développe aujourd'hui des sites et réseaux informatiques sur le web et réalise des formations pour des clients prestigieux. Il a créé le site (inovatis.com) avec Franck VIAlet et en charge de son développement permanent ainsi que des outils et moyens de communication internes et externes, ainsi que la formation. **Membre du comité exécutif en charge du marketing et administrateur d'I.Novatis.**

Philippe BLOT

Ingénieur en automatique, il s'est spécialisé dans les secteurs de l'environnement, des transports en commun et de la régulation du trafic notamment au sein des groupes SUEZ et GIRAUX où il a occupé diverses directions générales de filiales depuis 15 ans. Ses équipes ont conçu le premier système informatique temps réel mondial en régulation du trafic ou les systèmes de recueil de données qui permettent de connaître les temps de parcours en Ile-de-France. Il apporte également une importante connaissance des collectivités à tout niveau. **Administrateur et membre du comité exécutif**

Franck VIAL

Designer graphique et produit, il est en charge de l'habillage du site I.Novatis, et de la charte graphique de la documentation commerciale. Riche d'une expérience de 15 années dans le milieu artistique et industriel, il travaille sur la conception des produits de la gamme Alternative Urbaine. Son expertise en design de produit manufacturé lui permet de dessiner les innovations spécifiques à I.Novatis. Il a remporté entre autre le premier prix UTOPIA 2004, concours international comptant 75 pays et plus de 1500 participants, et qui avait cette année pour thème le développement durable.

Jean-Claude Lebette

De formation Supérieure, il a effectué une grande partie de sa carrière dans de Grands Groupes de Services aux Entreprises. Directeur de Centres de Profit chez ELIS pendant 15 ans, il a ensuite occupé des postes de Direction Commerciale chez ISS et ONYX/VEOLIA ENVIRONNEMENT dans la division Déchets et Nettoyage Industriel. Il possède une bonne connaissance du milieu Industriel et des grands donneurs d'ordre publics. **Membre du comité exécutif, et directeur des ventes**

Daniel Gradeck

Universitaire (Histoire/Economie), diplômé de l'Institut Français de Gestion (Paris). A effectué toute sa carrière dans les métiers de l'environnement (eau, assainissement, énergies, déchets, nettoyage, facility management...) en France et principalement à l'international en qualité de directeur régional (SITA/SUEZ), directeur commercial France (USP-Vivendi), directeur du développement international ces 16 dernières années (Saur/Bechtel). Il possède une grande expérience des collectivités locales et marchés publics ainsi que des grands comptes industriels. **Membre du comité exécutif et associé**

Stéphane Galmiche

Universitaire, il a effectué une grande partie de sa carrière en qualité de contrôleur de gestion dans de grands groupes (Danone en particulier) et des PME y compris nouvelles. **Membre du comité exécutif, directeur administratif, juridique et financier.**