



✓ Usine
brésilienne
à Belo Horizonte.

© Thiago Fernandes.

Leader mondial de la fabrication de tubes premium, partenaire des industries de l'énergie, Vallourec est installé à Boulogne-Billancourt depuis une quinzaine d'années. Souvent citée en exemple, cette entreprise du CAC 40 poursuit un développement appuyé sur sa plus grande force : son adaptabilité.

« Nous sommes une entreprise d'ingénieurs »

Quel est le métier de Vallourec, entreprise 100 % française ?

Elle a son origine à la fin du XIX^e siècle dans le Nord. Son site historique se situe dans la région de Valenciennes. Depuis 1967, nous sommes les seuls fabricants français de tubes en acier sans soudure, c'est-à-dire sans zone fragile. Ils sont indispensables pour le secteur de l'énergie, dans les puits de pétrole en particulier. Emboîtés et vissés, ces tubes permettent de remonter le pétrole situé à 3 000 m de profondeur.

Comment s'est articulée votre croissance jusqu'à cette place de leader ?

Quand je suis entré dans la société en 1978, personne ne connaissait Vallourec ! Puis sa notoriété s'est construite à la suite de choix stratégiques qui lui ont permis de grandir.

Entretien avec Jean-Pierre Michel, directeur général

Nous avons un partenariat de recherche avec le japonais Sumitomo depuis 1984, sur notre produit phare – le VAM – qui connecte les tubes entre eux et assure l'étanchéité parfaite et donc la sécurité de la colonne, et équipe partout dans le monde les puits de pétrole situés dans les zones les plus complexes.

En 1997, nous avons fusionné avec l'allemand Mannesmann qui était à l'époque le fer de lance de notre métier. Une joint venture qui a très bien fonctionné. Et pourtant... les équipes ont affronté ensemble une année noire : l'année 99, une crise au cours de laquelle les compagnies pétrolières se sont beaucoup mariées. Donc peu

Chiffres-clés

Effectifs : 18 600 salariés, dont 350, au 27, avenue du Gal Leclerc

à Boulogne-Billancourt

Chiffre d'affaires :

6 467 millions d'€ (2008), 4 465 (2009)

Production :

4 aciéries, 10 tuberiers, 37 unités de finition dans plus de 20 pays

Répartition de l'activité :

80 % secteur de l'énergie, 20 % autres marchés (mécanique, construction)
Vallourec est présent dans plus de 20 pays

préoccupées de renouveler leur équipement. Nous en sommes sortis soudés et plus adaptables. Une réussite franco-allemande.

Puis vous avez regardé au-delà de l'Europe...

La corbeille de mariée de Mannesmann contenait une pépite : une usine brésilienne. Le Brésil avait, dès les années 2000, stabilisé son économie ; ses ressources naturelles sont nombreuses et ils ont fait des découvertes de champs pétrolifères immenses au large de leurs côtes. Puis nous avons, en 2002, acheté un de nos concurrents américains, North Star. Il nous fallait être présents dans cette région de Houston



© Bahi

qui est... un centre mondial du pétrole! Et c'est ainsi que nous sommes devenus américains aux Etats-Unis.

Pendant cette période, le titre s'envole

Cette croissance bien gérée a conduit à la multiplication par 20 du cours de l'action sur une assez courte période. Nous sommes entrés au CAC 40 en 2006, ce qui été une sorte d'apothéose... Durant ces années-là, comme nous avons par essence une activité cyclique, c'est-à-dire soumise aux aléas de l'économie mondiale nous avons craint un bas de cycle. Mais l'activité et les bons résultats se sont maintenus jusqu'à la crise récente. Qui nous a touchés avec un

temps de retard, en 2009 et au premier trimestre 2010. Depuis, nous percevons des signes de reprise, surtout hors d'Europe.

Quelles sont les perspectives de développement international de Vallourec ?

Nous vendons des produits haut de gamme; ce qui nous intéresse, c'est le « premium ». Nous sommes une entreprise d'ingénieurs! Lorsque nous produisons en Europe – donc pas à bas coûts, notre stratégie s'appuie sur la matière grise et les services, avec des usines flexibles, spécialisées qui peuvent faire de petites séries à très haute valeur ajoutée, sur mesure. Notre stratégie est

aussi d'être présents au plus près de nos marchés en croissance, à proximité de nos clients, pour mieux les servir. Dans le secteur de l'énergie, traditionnellement plutôt protectionniste, il nous faut de plus en plus démontrer partout que nous produisons une partie de nos produits localement. Ainsi, nous installons des unités de finition « premium » dans certains pays où les secteurs de l'énergie sont en croissance comme la Chine, l'Arabie Saoudite, le Nigéria...

L'usine américaine a eu droit à la visite du président Obama ?

La réussite tient aussi à la chance! Quand nous avons investi aux Etats-Unis en 2002, nous ne pouvions savoir que notre usine serait en plein milieu d'un nouvel Eldorado: le gaz de schiste (gaz « non conventionnel »), qui connaît depuis peu un développement considérable. Nous y investissons pour construire une nouvelle usine afin d'être présent sur ce marché. Le Président Obama est venu en mai pour saluer la participation de Vallourec à la croissance du marché énergétique local et à la création d'emplois dans l'Ohio.

Quelle est votre politique en termes de bonnes pratiques environnementales ?

Notre culture d'entreprise nous y porte depuis longtemps, dans nos usines notamment. Mais c'est aussi pour nous une opportunité fantastique. Quand on travaille dans l'énergie, il faut anticiper la demande de moindres émissions de CO2, mais aussi de captage et stockage du CO2. C'est un champ de recherche pour nos clients; nous travaillons avec eux.

Pourquoi avoir choisi Boulogne-Billancourt pour votre siège ?

C'est commode pour tous nos visiteurs, même étrangers. Et puis nous avons ici une tradition de coureurs de fond qui apprécient la proximité du Bois de Boulogne. D'une manière générale, tous apprécient l'environnement vert et la qualité de vie. ●

Propos recueillis par Ch. Degrain

« Le Président Obama est venu visiter notre usine américaine en mai dernier pour saluer la participation de Vallourec à l'effort de relance dans l'Ohio. »

NOVEMBRE 2009-NOVEMBRE 2010

Un an de succès confirmé pour le BBC !

Plus de 350 entreprises adhérentes en moins d'un an : succès confirmé pour le Boulogne Business Club (BBC), créé fin 2009 sous l'impulsion de la municipalité, avec un concept initial, celui de tisser un véritable maillage économique territorial. Pari osé et... gagné !



Boulogne-Billancourt, ce sont 12 000 entreprises, 2 000 commerces, 1 100 artisans. Et en 2009, la naissance d'une plateforme conviviale d'affaires, de rencontres, et d'échanges : le Boulogne Business Club (BBC). Une structure créée à l'initiative de Pierre-Christophe Baguet, encadrée par Jehan Coquebert de Neuville, maire-adjoint (voir entretien ci-dessous) et Anne-Charlotte Lorber, conseillère municipale déléguée aux petites et moyennes entreprises.

Le BBC, c'est une façon dynamique de commercer : se connaître, échanger des informations, se réunir autour de thèmes porteurs (nouvelles technologies, export vers l'Asie...). Pas étonnant que ce jeune club ait grandi si vite. « Nous aidons les entreprises à s'implanter, nous favorisons une dynamique de rencontres, nous nous attachons à promouvoir le savoir-faire des entreprises à l'international, nous les incitons au mécénat d'entreprises et les associons le plus souvent à une

démarche de développement durable », expose l'un des responsables. « Si depuis janvier 2010, le développement économique est une compétence communautaire de Grand Paris Seine Ouest, qui représente un territoire économique aussi important que La Défense, il est essentiel de conserver une proximité avec les entreprises de notre ville, tout en leur offrant un territoire et des services plus vastes grâce à une collaboration avec les réseaux de GPSO », souligne le Député-maire. ● **S. Dusch**

« Le BBC répond à une véritable demande des entreprises locales »

Jehan Coquebert de Neuville, maire adjoint chargé des Affaires économiques



✓ Jehan Coquebert de Neuville, au milieu des invités du BBC.

À chaque rencontre, nous recevons entre 100 et 200 personnes autour de thèmes spécifiques tels que : les aides à l'export, le mécénat d'entreprise, le développement durable, gestion de crise et sortie de crise, etc. Notre audience ne baisse jamais et les inscriptions augmentent!

vre notre travail avec différentes institutions comme le MEDEF 92, la CGPME 92, la CCIP 92, l'UCABB... GPSO constitue un pôle exceptionnel dans le domaine des industries de communication et nouvelles technologies (informatique, télécom, télévision, presse, publicité, société de services...) que nous avons à cœur de développer. ●

Quel regard portez-vous sur le BBC ?

Dans son programme de campagne, le Député-maire accordait déjà beaucoup d'importance au développement économique et à la logique d'attractivité de Boulogne-Billancourt comme s'inscrivant de fait dans celle du pôle communautaire GPSO. Au départ, nous avons réalisé une enquête sur l'ensemble des entreprises boulonnaises. La majorité de celles-ci souhaitait avoir des rapports citoyens avec leurs élus et leur commune. C'est pourquoi, nous avons décidé de mettre en place cette plateforme de services où les entreprises peuvent échanger et correspondre...

Vos projets ?

Ils sont nombreux. Après avoir organisé une visite du musée Paul-Belmondo pour les entrepreneurs boulonnais, nous fêterons à l'hôtel de ville le 16 novembre, la première année du BBC. En 2011, nous poursuivrons les activités en direction des « leaders » boulonnais. Nous comptons insister sur toutes les aides issues du plan de relance comme le crédit Oseo, la défiscalisation des heures supplémentaires, l'impôt recherche, etc. Nous allons également associer à nos travaux des grandes écoles telles que l'ESSCA, qui vient de s'implanter dans notre ville et poursui-

- ✓ **Premier anniversaire du BBC**, le mardi 16 novembre 2010 à 19h, salons d'honneur, sur invitation.
- ✓ **Quelques sociétés membres du BBC :** Ipsen, Cegedim, BBraun Medical, TF1 Entreprises, l'Equipe, Colas, Yoplait, CAT, Boursorama, Omnicom Media Group Pixagility, Novlog, Coda System, Creative Cocktail, Mixus, Compagnie de la Seine, Ipercast, 2CO-Event, C105, Paybyphone, etc...
- ✓ **Pour rejoindre le Boulogne Business Club :** 01 55 18 61 44 - Florence Louette/bbc@mairie-boulogne-billancourt.fr