

Sunaero Leader mondial de la détection et de la réparation des fuites sur avion

La société lyonnaise Sunaero est leader mondial sur un marché qu'elle a créé à partir de plusieurs innovations et brevets. Sa reconnaissance par l'US Air Force s'est révélée être un superbe sésame. La PME réalise 70 % de son chiffre d'affaires à l'international.

Les fuites de carburant, sur avion civil ou militaire, s'avèrent complexes à détecter et à réparer. Avant que Sunaero ne débarque avec ses mallettes « miracles », il fallait compter de trois jours à plusieurs semaines d'immobilisation de l'appareil. D'où problème stratégique et économique : un avion de type A320 coûte 120 000 euros par jour. Les mallettes de Sunaero font le job en huit heures maximum. Elles recèlent un concentré de plusieurs technologies dont deux complètement innovantes : la détection des fuites par gaz traceurs et une accélération de la polymérisation des mastics.

Bruno Comoglio est l'ingénieur « génie » de la catalyse, qui a mis au point cette technologie de polymérisation dans les années 1990 au sein de l'entreprise Sunkiss Aéronautique Rhône. Celle-ci travaillait jusqu'en 2001 essentiellement pour l'armée de l'air française et le constructeur Airbus. Bruno Comoglio croise alors la route de Laurent Dumortier, autre ingénieur de génie, dont l'entreprise Helitest, sise à Mérignac (33), s'est spécialisée dans la détection des fuites par gaz traceurs sur avion. Bien que très petite (4 personnes) Helitest a ouvert une filiale commerciale américaine, Aerowing, à Miami, en asso-

ciation avec un ancien marine qui lui ouvrira grand les portes du secteur militaire des États-Unis. Laurent Dumortier, conseiller du commerce extérieur de la France (CCCF), a su développer un solide réseau. Mêmes marchés, même vocation innovante, technologies complémentaires, les deux entreprises fusionnent et Sunaero voit le jour en région lyonnaise en 2005. Déjà accréditée par Airbus, l'entreprise se tourne vers les États-Unis. « Ce qui vole dans le monde est à plus de 60 % américain, militaire comme civil. Mais, pour vendre aux États-Unis, il faut produire local », decode Thierry Regond, directeur général. Aerowing, transférée à Nashville, devient société de production en 2008, fabriquant à plus de 70 % avec des composants d'origine étasunienne. Cette stratégie audacieuse et coûteuse lui permet de décrocher plusieurs accréditations de l'US Air Force (USAF), dont la plus récente, en 2010, le « Tools Orders 1-1-3 », se révèle être un superbe sésame. Toutes les technologies de maintenance de Sunaero sont en effet intégrées dans cette bible de l'USAF, lui ouvrant un colossal marché : celui des 560 bases de l'US Air Force, de la Navy, des Coast Guards. « Avec ces accréditations, nous pouvons nous positionner sur tous les avions US

de la planète. » Le déploiement sur le marché américain est en cours. Sunaero poursuit en parallèle son business en Europe du Nord (Bénélux, Finlande, Allemagne, Pologne) et s'est lancé avec succès au Moyen-Orient. La stratégie internationale est globale. Sunaero a encore beaucoup à faire en Europe, en Russie – un agent vient d'y être recruté – et compte accentuer sa présence, dans un proche avenir, en Asie du Sud-Est et en Chine. « Nous y avons un agent sur place, mais nous restons très prudents, par peur d'être copiés. » La société vise aussi un équilibre entre les débouchés civils et militaires.

Cette petite entreprise atypique a su développer un leadership mondial grâce des technologies innovantes – 10 brevets déposés à ce jour dont un en commun avec Boeing – et à ce jour inégalées. « Notre marché est confidentiel, mais nous nous savons épiés, il nous faut prendre de l'avance ». En embuscade, deux grands groupes américains spécialistes de la détection de fuites pour l'industrie. Pour les semer, Sunaero poursuit à marche forcée sa R&D avec toujours la même direction : optimiser les procédures de maintenance des avions et réduire de façon considérable leur temps d'immobilisation.

Laurence Jaillard

Premier succès

Un agent pour les pays du Golfe

En 2006, Sunaero met en place un agent pour développer les ventes dans six pays du Golfe : Qatar, Koweït, Arabie Saoudite, Jordanie, Oman et Emirats Arabes Unis. Elle a mis la main sur une personnalité hors normes, vivant et travaillant de longue date dans la région, en maîtrisant tous les codes et fonctionnements spécifiques. « Une chirurgienne de 47 ans, blonde aux yeux bleus, surdouée, hyperactive... » Pour Sunaero, elle se lance dans l'aéronautique et, dès la première année, elle réalise 80 % de l'export de l'entreprise (hors États-Unis). « C'est elle qui nous a confortés dans notre désir d'aller à l'export. » Sunaero a rencontré cette perle rare par relations, au Salon aéronautique de Dubaï.

Premier échec

La catastrophe du 11 septembre 2001

Convaincu que le marché américain ne peut être travaillé qu'à partir d'une implantation locale, Sunaero (qui s'appelait alors Helitest) ouvre le 10 septembre 2001 sa filiale commerciale, Aerowing, à Miami. Le dirigeant, Laurent Dumortier, a dans son cartable un carnet de commandes avec Boeing pour un montant de 3 millions de dollars. Le lendemain, les tours du World Trade Center de New York s'effondrent et emportent dans le chaos ces commandes. « Tout notre business plan était à la poubelle. Nous avons dû changer immédiatement de stratégie. » Sunaero met alors le cap vers le militaire. Huit mois après, les premières commandes de l'armée de l'air US arrivent.

Sunaero travaille aussi bien avec l'aviation civile que militaire, en particulier aux États-Unis.



D.R.

Les six clés du succès

1/ Créer sans limite

L'innovation est l'atout maître de Sunaero. Avec cette injonction de « no limit », la créativité apparaît en outre déverrouillée.

2/ Faire preuve de patience

Certaine qu'elle avait fait le bon choix en s'ancrant sur le marché américain, l'entreprise s'est donné les moyens d'en attendre les premiers fruits.

3/ Oser

Petite société indépendante, Sunaero s'est positionnée sur un marché où ne règnent que des grands groupes. Il y fallait de l'audace.

4/ S'informer

Parce qu'elle se sait petite, l'entreprise tisse des liens tous azimuts et manie avec art l'intelligence économique. Pour réagir au plus près des marchés.

5/ Se faire plaisir

Bruno Comoglio dirige Aerowing, Laurent Dumortier arpente les marchés internationaux et Thierry Regond tient les manettes depuis Lyon. Ce plaisir à diriger, à inventer donne une grande cohésion à l'entreprise.

6/ Afficher sa différence

L'atypisme est revendiqué. Singulière par son activité et sa direction à trois, l'entreprise séduit.

Avec ses mallettes de détection des fuites de carburant, Sunaero a réduit le temps d'immobilisation des appareils à huit heures.



D.R.

Les chiffres-clés de Sunaero

Siège social : Genay, Rhône

CA 2010 consolidé : 6,3 millions d'euros, en hausse de 20 % par rapport à 2009 ; hausse de 45 % prévue pour 2011

CA à l'international : 70 %

Organisation à l'international : Aerowing, filiale majoritaire aux États-Unis depuis 2001 et un réseau de 25 représentants et agents dans le monde

Principaux marchés étrangers :

Moyen-Orient 40 %, Asie 30 %, Europe du Nord 30 % ; États-Unis, servis par la filiale américaine, 60 %

Effectif : 19 en France, 25 aux États-Unis

Dépenses R&D : 12 % du CA en 2010, 15 % en 2011

Sites de production : assemblage, contrôle, expédition à Genay, fabrication des éléments par des sous-traitants en région lyonnaise ; Aerowing à Nashville

Principaux dirigeants : Bruno Comoglio, fondateur et président, Laurent Dumortier, vice-président en charge de l'international, Thierry Regond, vice-président et directeur général

Talonnée par des concurrentes américaines, Sunaero innove en permanence.

La « boîte à atouts » de Sunaero

L'innovation est la raison d'être de Sunaero qui consacre d'importants moyens à la R&D. Le bureau d'études de 7 personnes, tous ingénieurs généralistes, se veut tourné vers l'opérationnel. Ces ingénieurs sont envoyés sur le terrain, chez les clients, ils voient sur place les avions. « Nous tenons à les faire sortir, sinon ils se sclérosent. » Résoudre les problèmes de fuite de carburants, mais aussi de fuite d'air respirable, de fuite des mastics du pare-brise de l'avion, imaginer des techniques de réparation « en grande profondeur » des composites constituant l'avion... le bureau d'études s'est montré déjà fort créatif. Et ce n'est pas fini.



D.R.

Avec l'international, « nous entrons dans la cour des grands sans avoir leurs moyens marketing et de lobbying. Nous compensons cela par de l'intelligence économique. » Thierry Regond cerne les marchés, la géopolitique, les codes des régions ciblées. Coface, Erai (Entreprise Rhône-Alpes international), services économiques des ambassades... les informations sont à saisir partout ; le directeur général tient à les analyser en collaboration avec les chambres de commerce, le Groupement des industries françaises aéronautiques et spatiales (Gifas), le cluster Eden. Cette collecte s'enrichit aussi d'informations glanées sur les grands salons aéronautiques de la planète, auxquels Sunaero participe, ou aux conférences d'utilisateurs tels Boeing, Airbus.

Bruno Comoglio, Laurent Dumortier et Thierry Regond détiennent à part égale 65 % du capital de l'entreprise, et la dirigent ensemble. « Nous avons des tempéraments, des cultures, des parcours différents, mais une même intelligence business. » Ils multiplient les occasions d'échanges, programment un comité de direction aussi souvent que nécessaire. Finie la solitude du dirigeant face à des décisions à prendre, une stratégie à élaborer. D'autant que ce pilotage à trois s'enrichit des apports des cadres, notamment ceux du bureau d'études. « C'est une autre génération, ils ont 30 ans en moyenne et ont un autre regard. »

Sunaero est complètement reconnu aux États-Unis, ce qui s'est révélé une fameuse bannière pour conquérir d'autres marchés. « Avoir une filiale de production sur le sol américain nous apporte une vision mondiale de ce qui se passe dans notre métier, civil comme militaire. » Il a fallu néanmoins sept ans pour obtenir les précieuses certifications. En attendant, Sunaero a dû impérativement se développer dans d'autres pays. « Ce marché américain est très lent à se concrétiser, nous y allons progressivement avec nos moyens. »

↑
60%

L'innovation

↑
20%

L'intelligence économique

↑
10%

Une direction collégiale

↑
10%

La présence sur le sol américain

Thierry Regond, un avocat d'affaires passé à l'aéronautique

Dans une vie antérieure, Thierry Regond était un avocat spécialiste du droit des affaires et de la fiscalité. Il a passé son DESS à Bordeaux, puis intègre comme conseil juridique le cabinet Fidal, d'abord à Besançon, puis à Lyon en 1994. Il devient conseil pour 350 clients, PME ou grosses PME et avocat associé de cet important cabinet lyonnais. Il apprécie ce rôle de conseil aux chefs d'entreprise : « J'ai toujours aimé le monde économique. Pour moi, le juridique n'est qu'un instrument au service de l'économique. » À la fin, forcément, cette idée émerge : « Ne pas vivre que par procuration la vie du chef d'entreprise. »

Compagnon de vélo de Bruno Comoglio, celui-ci, au cours de leurs longues échappées, lui raconte son entreprise, Sunkiss Aéronautique, son idée de fusionner avec Helitest, de Laurent Dumortier. Un jour, il lui lance : « Deviens notre directeur général ! » Thierry Regond prend un an pour faire le grand saut. En juin 2005, il est aux commandes lors de la fusion qui donne naissance à Sunaero. Il se forme alors aux techniques aéronautiques, découvre tout de la fabrication d'un avion et met désormais sa vie sur cette orbite. À fond.

En tant que directeur général, il s'occupe du quotidien de l'entreprise, du juridique, de l'administratif, du contractuel. « Je n'ai jamais élaboré autant de contrats qu'ici. » Il prend goût aussi au « réseautage », passage indispensable, et intègre le bureau Aéro-PME du Groupement des industries françaises aéronautiques et spatiales (Gifas) dont il est membre de la commission R&D. Avec d'autres PME, il lance le cluster Eden (European



D.R.

Defense Economic Networks) porté par la CCI de Lyon ; il en est le trésorier. Il est membre aussi de la CGPME.

Ce père de deux jeunes filles le confesse : « Nous sommes des passionnés. » Dans le pilotage à trois de Sunaero, aux côtés de deux ingénieurs à la personnalité bien trempée, il se voit comme un modérateur : « Ils ont leurs certitudes techniques. Parfois, ils s'affrontent en ayant raison tous les deux. Mon rôle est médian. Nous cultivons à trois le « no limit » ; aucune idée ne doit sembler absurde. » Complètement engagé dans cette vie qu'il juge extraordinairement enrichissante, il n'éprouve aucun regret pour ses années d'avocat d'affaires. Sunaero est bien sûr courtisé, mais Thierry Regond, comme ses deux complices, n'envisage pas de se faire racheter : « Surtout pas, on commence juste à s'amuser. »

L. J.

Ses trois conseils à un primo-exportateur

1 / « Ne jamais partir seul et à l'aveugle. Nous bénéficions en France de capacités de conseils et de financement qui n'existent pas ailleurs : CCI, Coface, Oséo... On doit aussi confronter ses projets avec des expériences similaires via les clusters, les syndicats professionnels. »

2 / Une démarche export s'inscrit dans le temps, ce n'est pas parce qu'on rencontre un échec qu'il faut se retirer. S'il y a eu une bonne analyse, si on a été bien conseillé, ça marchera. En étant opiniâtre.

3 / Il faut une adhésion globale des personnes. Une démarche export concerne toute l'entreprise, le commercial, le bureau d'études, les assistantes, les techniciens... Elle demande de prendre en compte des contraintes réglementaires, de comprendre d'autres cultures, d'accepter des déplacements.

PARTENAIRE Présent à chaque étape

Thierry Regond est catégorique : « Sans Oséo, nous n'aurions pas fait la moitié du chemin. » L'organisme qui s'appelait encore l'Anvar et était déjà, dans les années 1990, aux côtés de Bruno Comoglio pour l'accompagner dans son processus d'innovation, mené au sein de Sunkiss Aéronautique. L'entreprise a pu compter sur Oséo à chaque étape franchie dans cette marche en avant innovante. « Oséo nous a aidés dans 80 % de nos projets R&D, sous forme d'avances remboursables », confirme le dirigeant. « Nous avons accompagné Sunaero par le biais de toute notre gamme d'aides », informe de son côté Laure Leclercq, chargée

d'affaires innovation chez Oséo Rhône-Alpes. L'entreprise a également reçu une avance de 400 000 euros ainsi que des garanties bancaires pour créer sa filiale américaine. Aujourd'hui, alors que le bureau d'études cogite sur d'ambitieuses nouveautés, les dirigeants de Sunaero savent pouvoir compter sur l'accompagnement d'Oséo. Enfin, quand l'organisme a lancé, fin 2009, son label Oséo Excellence, Sunaero, labellisé immédiatement, a rejoint cette communauté de 2 000 entrepreneurs à l'avenir prometteur. Pour Thierry Regond, cette appartenance s'avère précieuse : « Elle permet de faire du lobbying et d'être visible. »