

LIVRE DE MISSION

2023



RIVALEN

COLLECTIF D'INDUSTRIES ET DE SAVOIR-FAIRE ENGAGÉS

Sommaire

I – EDITORIAL

pages. 4 - 5

II – NOS DÉFIS

pages. 6 - 7

III – LE PROJET QUI NOUS ANIME

pages. 8 - 9

IV – NOTRE RAISON D'ÊTRE

pages. 10 - 11

V – MANIFESTE

page. 12

VI – NOTRE COMITÉ DE MISSION

page. 13

VII – NOS OBJECTIFS STATUTAIRES

pages. 14 - 15

VIII – NOS MARQUES

pages. 16 - 17

IX – LA PAROLE À NOS DIRIGEANTS

page. 18

X – NOTRE ORGANISATION

page. 19



PORTRAIT. *Tristan De Witte*
Fondateur de Rivalen

EDITORIAL

par *Tristan De Witte*

Bienvenue au coeur du projet de Rivalen, un collectif d'industries français né en 2017 pour développer les savoir-faire d'excellence de femmes et d'hommes, de marques et d'entreprises.

—

Pour relever les défis de notre temps et de nos métiers, et réaliser notre vision, nous nous sommes donné une mission. Elle est essentielle puisqu'elle désigne la façon dont Rivalen a choisi de prendre part au bien commun en devenant une entreprise à mission.

Cette mission engage nos marques et nos collaborateurs, tous mobilisés pour atteindre nos objectifs statutaires.

Nous les présentons ici, comme nous les partageons avec nos clients et nos parties prenantes. Notre démarche est singulière, mais nous la voulons exemplaire car nous pensons que toute l'industrie doit aujourd'hui se réinventer pour relever les défis du climat et de la relocalisation.

NOS DÉFIS

Pour relever les défis de notre développement, les sessions de travail avec nos parties prenantes internes et externes ont permis d'identifier nos défis, des questionnements stratégiques auxquels nous avons trouvé les réponses qui nous correspondaient.

DÉFI N°1

— Comment développer les entreprises du Groupe en réduisant leurs émissions carbone ?

La croissance économique compatible avec nos enjeux sociétaux et environnementaux passera par la cartographie de nos impacts pour piloter nos choix industriels et commerciaux.

DÉFI N°2

— Comment engager les collaborateurs dans une dynamique de Groupe, décidée par le dirigeant ?

Les collaborateurs de nos marques sont en première ligne pour assurer la transition du projet industriel et commercial vers un modèle soutenable. Le Groupe les informe, les fédère et les soutient pour rendre possible cette transition dont il fixe les objectifs et la trajectoire.

DÉFI N°3

— Comment accroître les capacités de production en cultivant les savoir-faire existants ?

Pour cultiver la qualité et développer des savoir-faire à long terme, chaque marque préserve son outil de production historique, et les talents associés, en les développant afin d'assurer des gains d'efficacité techniques, énergétiques, commerciaux.

DÉFI N°4

— Comment innover pour décarboner tout en préservant nos cultures industrielles ?

Pour réinventer une économie de l'objet, nous repensons son cycle de vie, son usage et son esthétique, pour lutter contre la futilité des objets jetables. Rivalen développe une industrie des objets du quotidien de haute qualité, aux durées de vie longues, des objets frugaux désirés.

DÉFI N°5

— Pour répondre aux usages réels, faut-il vendre des objets ou proposer des abonnements ?

Nous sommes engagés à consommer moins et mieux pour tendre vers la frugalité des ressources. Pour cela, nous travaillons par exemple sur l'économie de l'usage, en proposant un service d'abonnement capable de répondre aux enjeux de l'économie circulaire.

DÉFI N°6

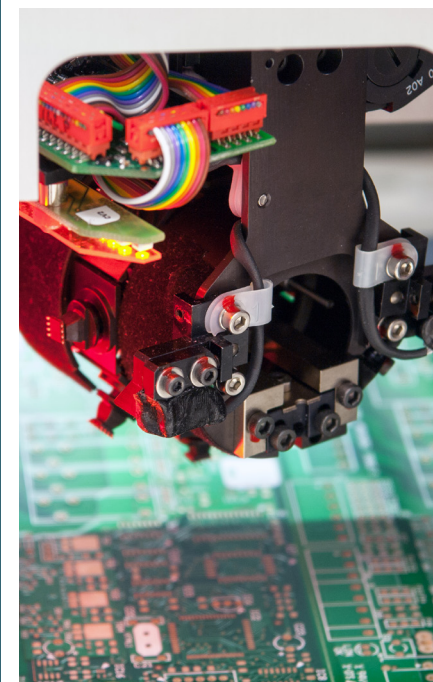
— Faut-il grandir à l'international ou développer des entreprises locales ?

Nous faisons du local et de la relocalisation nos premiers leviers de transition. Demain, notre développement international devra également répondre aux enjeux locaux, pour nous rapprocher des besoins de nos clients, dans une logique de circuit court.

DÉFI N°7

— Est-il possible de médiatiser Rivalen ou éclairer ses marques ?

Le Groupe Rivalen a pour vocation de développer ses marques, et de contribuer à leur rayonnement. Sa propre communication concerne les informations institutionnelles et financières à destination de ses parties prenantes.



①

— *Le projet qui nous anime.*

NOTRE CONVICTION

Transformer la perception et la consommation des objets du quotidien.

NOS VALEURS

L'audace, l'esprit d'équipe, la prévenance et l'humilité.

②

— *Comment agissons-nous ?*

NOTRE MISSION

Construire un collectif local d'industries et de savoir-faire pour un monde durable.

③

— *Qu'apportons-nous sur notre marché ?*

NOTRE OFFRE

Rivalen est un investisseur-architecte qui ordonne, bâtit et développe les activités de marques acquises dans un même projet participatif. Il a pour objectif final de réussir une agrégation solide, source de synergies gagnantes en vue de pérenniser des entreprises, des emplois, et des savoir-faire dans des territoires, autour d'objets à valeurs humaines et environnementales qui transforment la consommation en engagement.





NOTRE RAISON D'ÊTRE

Convaincus que le local, les savoir-faire et les valeurs d'entreprises sont des forces pour pérenniser leurs performances, nous concevons et fabriquons des objets qui décorent ou aménagent les lieux de vie en inscrivant la qualité et la durabilité au cœur de notre industrie.

MANIFESTE

Tous les objets créés dans nos usines portent en eux le projet de Rivalen et le transmettent à celles et ceux qui les utilisent quotidiennement.

Ces objets sont les produits d'industries et de savoir-faire français, autant que de valeurs humaines et environnementales.

Nous les concevons et les fabriquons avec attention, pour maîtriser et optimiser sans cesse leur impact sur la société, la planète et pour répondre aux besoins réels de leurs usagers aujourd'hui et demain. Nous voulons qu'ils soient beaux, pour que ceux qui les fabriquent et leurs usagers partagent un même plaisir de l'œil et de la main.

Nous voulons qu'ils soient utiles, économes et durables, pour aider leurs utilisateurs à mieux vivre en réduisant leur propre impact environnemental. Investisseur autant qu'architecte, Rivalen construit un collectif d'industries de savoir-faire, engagées et animées par cette même volonté, et pilote son développement en France et dans le monde grâce à une organisation robuste de mutualisation des ressources.

Parce que nous sommes convaincus que l'industrie doit se réinventer, pour relever les défis du climat, de la biodiversité et de la fabrication locale, nous concevons et fabriquons des objets qui décorent ou aménagent les lieux de vie en inscrivant la qualité et la durabilité au cœur de notre industrie.



NOTRE COMITÉ DE MISSION

Notre comité de mission, qui se réunit trois fois par an, apporte une nouvelle conception de notre gouvernance d'entreprise.

Nommé pour deux ans, il a été constitué par Rivalen avec l'objectif de s'entourer d'une complémentarité de profils, qui apporteront un regard critique et bienveillant sur nos feuilles de route, une source d'inspiration dans nos orientations qui sont guidées par notre mission.

Les personnalités qui le composent

Anne Charlotte Wedrywoski
Directrice Économie Circulaire et RSE chez FIEEC

Auréline Moye
Consultante en Engagement Sociétal Nuova Vista

Clémence Rejneri
Coordinatrice Experte écologie industrielle et territoriale

François Azambourg
Designer

Vianney Tuffal
Directeur général Piscine Waterair - entreprise à mission

Marine Etiemble
Service export Sécurlite, groupe Rivalen

Romain Sang
Responsable de gestion du contrôle Financier de Rivalen

Le comité est animé par Isabelle Follenfant, directrice de l'Engagement, Mission et RSE, et Tristan De Witte, président de Rivalen.

Dernière étape de la dynamique, faire auditer la bonne avancée de notre mission par un Organisme Tiers Indépendant.

NOS OBJECTIFS STATUTAIRES

L'entreprise à mission est un statut qui nous engage à plusieurs titres, par la définition de notre raison d'être, de nos objectifs statutaires, de nos renoncements jusqu'à la définition de notre comité de mission.

Cette dynamique, enclenchée avec nos parties prenantes internes et externes sera ensuite vérifiée tous les 18 mois par un Organisme Tiers Indépendant (OTI) afin de pouvoir conserver ce statut.

Ainsi, pour rendre ce souhait d'entreprise pour le bien commun tangible, notre comité exécutif s'est fixé 3 objectifs statutaires qui vont permettre

de guider nos choix stratégiques d'entreprise pour les prochaines années. De ces objectifs vont ensuite découler des feuilles de route pour les équipes de chaque entreprise, comprenant des indicateurs opérationnels qui répondent aux enjeux réglementaires ESG (environnement-social-gouvernance), pour baliser un chemin de progrès collectif.

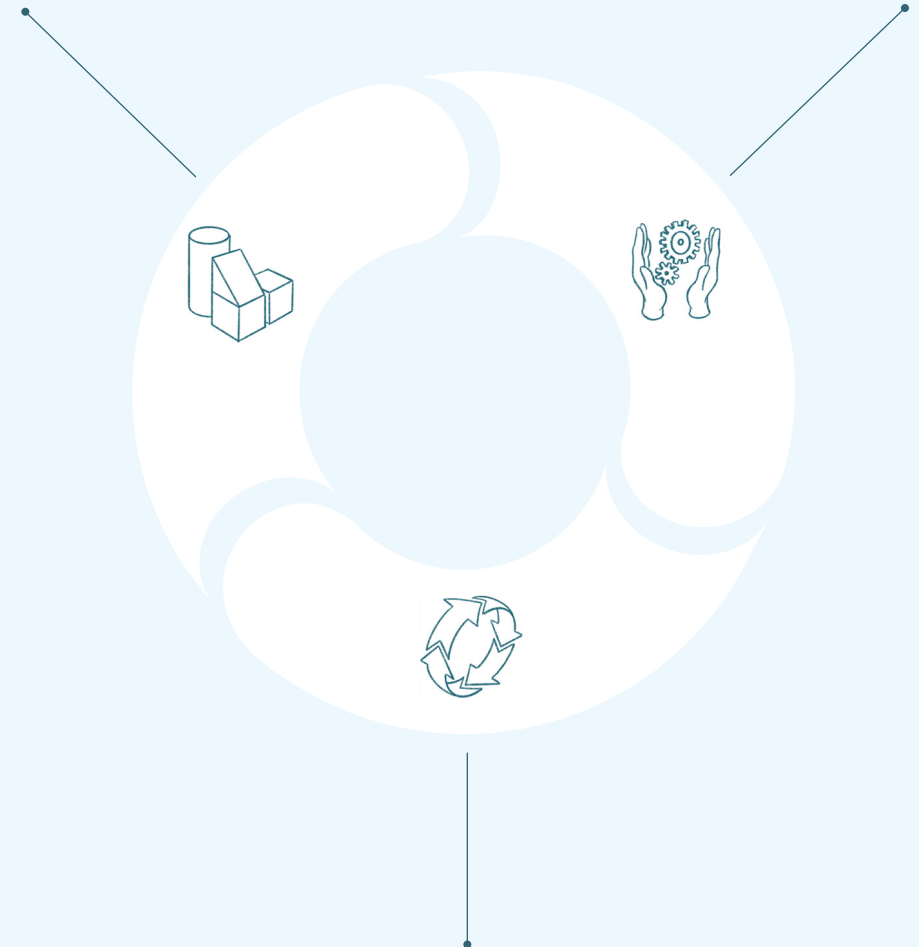


Bâtir et animer un collectif d'industries locales aux savoir-faire de qualité qui partagent et mutualisent leurs avancées.

Partager les ressources et expériences de chaque entité afin de multiplier les innovations, les impacts environnementaux et sociétaux positifs.

Faire vivre nos valeurs - audace - esprit d'équipe - prévenance - humilité, dans l'ensemble de nos pratiques d'industriels.

Appliquer notre vision humaine et environnementale dans nos choix industriels



Ancrer l'économie circulaire au cœur de nos activités.

Placer l'économie circulaire au cœur de notre modèle afin de contribuer à la réduction de nos impacts environnementaux.

NOS MARQUES

Roger Pradier

Créée il y a plus d'un siècle, la marque Roger Pradier® propose des luminaires d'extérieur de qualité conçus et fabriqués en France, près de Châteauroux. La marque dispose de savoir-faire industriels d'exception, d'un bureau d'étude innovant et d'une grande maîtrise de l'ensemble des process de fabrication: repoussage, cintrage, emboutissage, traitement de surface, assemblage, contrôle qualité,... toutes ces compétences permettent d'obtenir le label EPV (Entreprise du Patrimoine Vivant).

www.roger-pradier.com

1910

Date de création

57

Collaborateurs

11 M€

CA en 2022

Brossier-Saderne

Brossier Saderne, créateur et fabricant de luminaires, réalise pour des designers, décorateurs et architectes d'intérieur, des créations sur-mesure grâce à une expertise historique unique, reconnaissable à la singularité de ses créations. Elle développe également une collection complète de luminaires pour répondre aux évolutions des tendances.

www.brossier-saderne.com

1987

Date de création

35

Collaborateurs

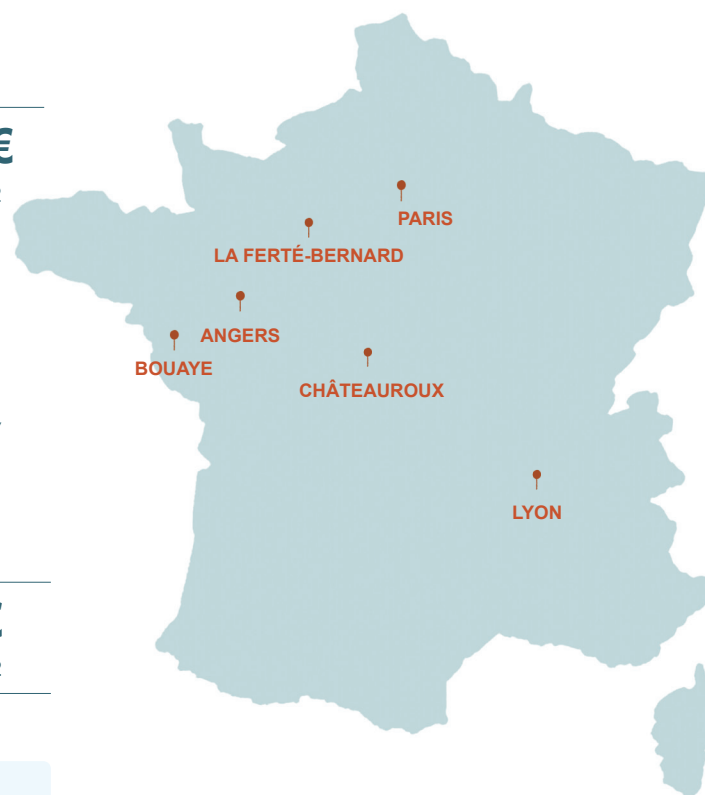
6 M€

CA en 2022

Hoël

Accélérateur de la croissance des marques et de leur autonomie, HOËL féconde et rassemble toutes les énergies créatrices de valeur.

www.hoel.com



Sécurlite

Depuis plus de 30 ans, la marque Sécurlite, dont l'usine est située à La Ferté-Bernard, près du Mans, conçoit et fabrique des solutions d'éclairage intelligentes et durables pour répondre aux problématiques d'économie d'énergie et de maintenance de ses clients: architectes, bailleurs ou maîtres d'ouvrage. Les solutions d'éclairage développées s'inscrivent dans une démarche de responsabilité environnementale et d'économie circulaire. Nos luminaires sont évolutifs, réparables, recyclables et éligibles aux certificats d'économie d'énergie.

www.securlite.com

1986

Date de création

68

Collaborateurs

14 M€

CA en 2022

Luzeva

Luzeva conçoit et fabrique depuis plus de 30 ans des luminaires d'intérieurs originaux et qualitatifs. Son unité de production, située à Lyon, est l'une des dernières en France à fabriquer des abat-jours de manière artisanale.

www.luzeva.fr

1987

Date de création

18

Collaborateurs

2 M€

CA en 2022

Radian

Avec son propre site de production implanté dans l'ouest de la France, Radian crée, développe et fabrique depuis plus de 20 ans, des appareils d'éclairage dédiés aux espaces de travail.

www.radian.fr

2000

Date de création

24

Collaborateurs

6 M€

CA en 2022

LA PAROLE À NOS DIRIGEANTS



Laure Bignon

BROSSIER SADERNE

Brossier Saderne et Luzeva peuvent bénéficier des savoir-faire des autres industries pour les intégrer dans la conception de leurs produits. Ensemble, nous allons plus loin!



Stéphane Aubry

SÉCURLITE

Nous partageons ensemble des valeurs fortes qui donnent à chacun un sens à nos activités. Notre collectif apporte à chacune de nos marques de nouvelles énergies et ambitions.



Jean-Michel Vergain

ROGER PRADIER

La dynamique du groupe et ses synergies décuplent notre efficacité, nos performances et nous offrent des moyens en termes de vision, d'investissement et de compétences formidables !

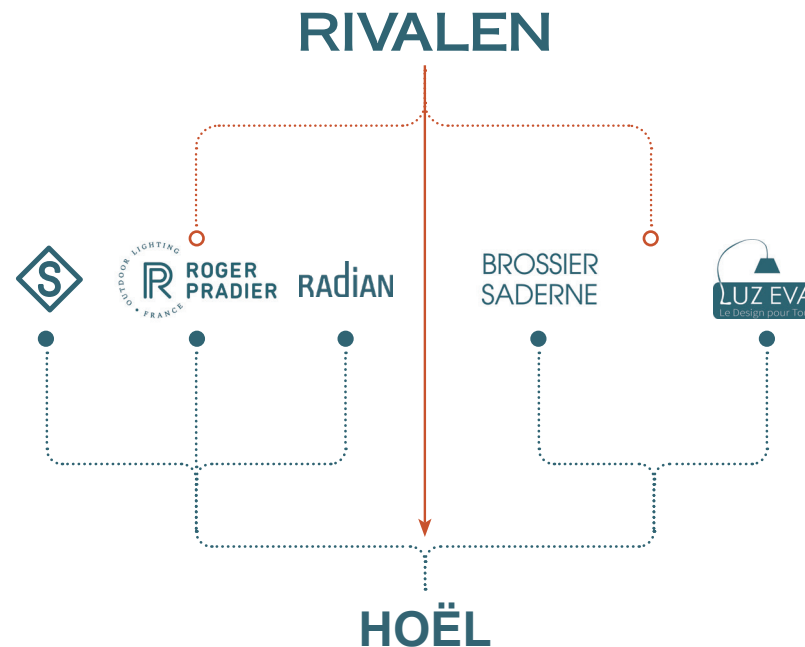


Ludovic Voltz

RADIAN

La mission qui nous guide permet à chacune de nos marques de nous ancrer dans une démarche d'économie circulaire, d'aller explorer de nouveaux process qui nous stimulent pour innover.

NOTRE ORGANISATION



Accélérateur de la croissance des marques et de leur autonomie, HOËL féconde et rassemble toutes les énergies créatrices de valeur.

Les chiffres clés

2017	39	5	220
Date de création	CA du groupe en M€	Marques	Collaborateurs

12, rue Lamartine — 75009 Paris
contact@rivalen.fr
www.rivalen.fr



RIVALEN