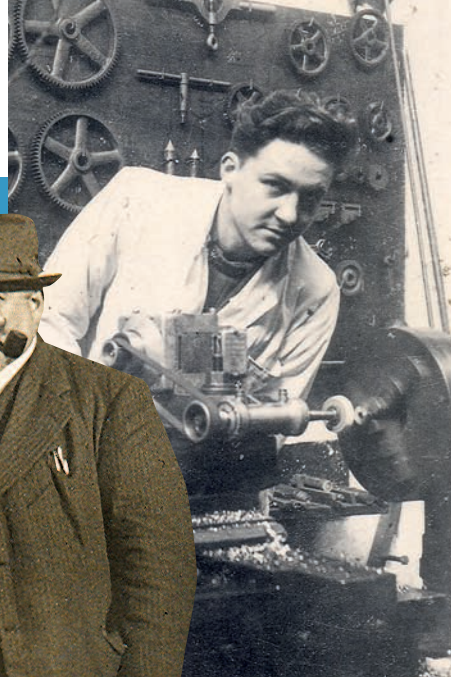




En 1911, Fabien Cesbron (ci-contre) ingénieur en électricité crée une petite entreprise de radio et d'électricité. Il étend ensuite son activité à l'installation de moteurs Diesel Ruston. En 1936, il expose son matériel dans les foires.



Fils de Fabien Cesbron, Jacques Cesbron lui succède en 1946. Il diversifie les activités de l'entreprise durant les "30 glorieuses".



ANGERS



Une partie des 750 collaborateurs du groupe devant le tout nouveau siège social de Saint-Sylvain-d'Anjou. Confié à Bodreau Architecture et au groupe SNC-Lavalin, ce bâtiment à énergie positive reflète tout le savoir-faire du groupe.

Jacques-Antoine Cesbron, P-dg du groupe Cesbron : « Valeurs et traditions ! »

Jacques-Antoine Cesbron, tous les chefs d'entreprise n'ont pas la chance de fêter les cent ans du groupe qu'ils dirigent. Que vous inspire le siècle qui vient de s'achever et qui en ouvre un autre ?

Une histoire familiale ancrée dans le territoire, le respect et l'écoute du client transmis au fil des générations, la qualité et la rapidité du service : voilà quelques ingrédients des recettes qui répondent aux attentes de nos clients. Des fondamentaux solides qui ont entraîné une croissance durable. Voilà pourquoi notre « terrain de jeu » s'est étendu progressivement à toute la France. Nous conservons ces fondamentaux qui privilégient le moyen terme plutôt que le profit immédiat. Le siècle qui s'ouvre en confirmera le bien-fondé.

Votre arrière-grand-père, Fabien Cesbron, était sénateur du Maine-et-Loire et son fils le créateur du groupe. Vos racines familiales en Anjou comptent-elles pour vous ?

Pour le « taureau ascendant taureau » que je suis, oui bien sûr ! au-delà de ça, j'aime ce magnifique territoire de mes racines, et les familles de mes parents sont unies et por-

Premier acteur français indépendant sur le marché de la maîtrise énergétique, le groupe angevin Cesbron fête cette année les 100 ans d'une success story familiale. Il vient d'inaugurer son nouveau siège social, à Saint-Sylvain-d'Anjou : un bâtiment exemplaire en matière de gestion de l'énergie et de respect de l'environnement, le deuxième du genre en France. Stratégie...

PAR NICOLAS BOILEAU ET STÉPHANE ROUZEAU

teuses de valeurs et de traditions. J'ai eu cette chance et je m'attache à la transmettre.

Le groupe a vraiment « décollé » avec l'acquisition d'une entreprise nantaise, en 1986 ; et une autre aux Sables d'Olonne en 1991. Vous aviez l'âme d'un développeur ?

Le CJD m'a révélé mes 5 besoins fondamentaux, « créer et réaliser » est l'un de ceux-là. Ces 2 acquisitions m'ont paru des

défis importants à relever : Nantes nous a fait passer du statut « entreprise angevine » au statut « entreprise régionale », et Olonne a plus que doublé notre taille et donc nos moyens.

Aucun de vos quatre enfants ne semble s'orienter vers le groupe Cesbron aujourd'hui. Est-ce un regret pour vous ?

Le nier serait mentir, après ce que je vous ai dit sur les valeurs et les traditions fami-

liales. Mais ça n'est qu'un petit regret, il y a plus important : c'est qu'ils sont heureux dans les voies qu'ils ont choisies. Et il reste peu de place à une lignée familiale, par rapport aux compétences qu'il faut réunir face à la complexité des affaires aujourd'hui.

Vos cadres possèdent 5 % de l'entreprise. Allez-vous leur permettre de monter au capital dans les prochaines années ?

Oui, une nouvelle étape est prévue au terme de notre plan 2008-2013, c'est la logique de pérennité du groupe.

Votre nouveau siège social à Angers constitue la plus belle des cartes de visite. En êtes-vous fier ?

la plus belle, je ne sais pas : les installations de froid ou de traitement d'air que nous réalisons en agro-alimentaire, en industrie ou en distribution sont aussi de très belles cartes de visite ! mais oui, je suis fier que nos visiteurs y découvrent l'étendue de nos savoir-faire en matière de gestion optimisée de l'énergie, avec des solutions réalistes et applicables partout. Un cadre valorisant, et qui montre l'exemple, où nous sommes heureux de les accueillir ■

150 millions d'euros de CA en 2013

Fort de 750 collaborateurs, le groupe Cesbron réalise actuellement 110 millions d'euros de chiffre d'affaires (avec 2 % de marge nette). Cette entreprise centenaire vient de relever un gros pari en investissant 8 millions d'euros dans son nouveau siège social de 3 000 m².

L'ouvrage, certifié Bepos (il s'agit d'un bâtiment à énergie positive) est très réussi d'un point de vue esthé-

tique et énergétique, le tout pour un coût raisonnable qui s'établit à environ 1 600 euros le mètre carré hors foncier.

Cesbron souhaite, à terme, construire un campus de 8 500 m² autour de ce bâtiment central.

D'ici à 2013, le groupe présidé par Jacques-Antoine Cesbron vise 150 millions d'euros de chiffre d'affaires. Il emploierait alors 950 personnes.

Ingénieur et commercial, Jacques-Antoine Cesbron renforce les effectifs de l'entreprise en 1974 et la positionne sur de nouveaux marchés.





Il porte la marque de fabrique « Cesbron » : Jean-Pierre Merle est d'abord un technicien du froid. Nommé à la direction générale, il revient sur dix années de croissance et dessine les perspectives de développement du groupe. PAR STÉPHANE ROUZEAU

Jean-Pierre Merle, directeur général :

« L'excellence technique au service de la performance énergétique »

Au début des années 2000, le groupe Cesbron change d'échelle et affiche ses ambitions nationales. Peut-on parler de rupture ?

Au contraire, l'histoire du groupe est celle d'une continuité culturelle marquée par l'essence technique de cette entreprise. La volonté de rester proches de nos clients nous a amenés à nous installer près de chez eux en élargissant notre couverture localement, régionalement et désormais nationalement. En parallèle, le développement s'est fait autour de nos métiers, dans une

logique d'accroissement de la part des services : d'abord l'installation, la mise en œuvre et le suivi de nos matériels ; puis la maintenance dans un secteur du froid où la réactivité est essentielle pour garantir la conservation des produits.

Comment cette croissance s'est-elle opérée ?

Par création d'agences - nous en avons 57 aujourd'hui - et par croissance externe. Elle s'est faite également par l'intégration de nouvelles compétences. Un exemple : le

traitement d'air représentait environ 5 % de notre CA dans les années 2011-2003 ; désormais c'est près de 30 %.

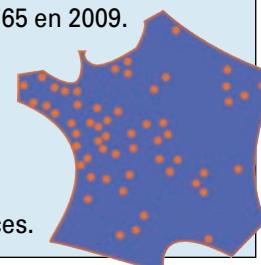
Quelles sont vos perspectives de développement ?

Nous nous sommes donné un projet collectif dans le cadre de notre plan Energie 2013. La croissance doit porter notre chiffre d'affaires de 109 M€ en 2010 à 150 M€ en 2013. Le nombre d'implantations doit passer à 65, structurées en dix grandes régions regroupant chacun 4 à 8 agences, de

Jean-Pierre Merle est d'abord un homme du froid. Titulaire d'un DUT en génie thermique, il est diplômé de l'Institut français du froid du Conservatoire National des Arts et Métiers. C'est aussi un manager formé à l'IAE de Montpellier. Après son volontariat au Service National en entreprise réalisé en Allemagne et en Italie, Jean-Pierre Merle a travaillé pour Clauger, en charge du développement industriel. En 2000, il rejoint le groupe Cesbron pour diriger Le Froid Sables. En 2004, il intègre le comité de direction du groupe dont il devient directeur général adjoint puis directeur général.

Les chiffres de la croissance

- Le chiffre d'affaires du groupe Cesbron est passé de 63 M€ en 2004 à 93 M€ en 2007 et 103 M€ en 2009, malgré la vente de l'activité « cuisines » qui pesait 10 M€.
- Les effectifs sont passés de 340 salariés en 2000 à 600 en 2006 et 765 en 2009.
- Le réseau du groupe Cesbron est constitué de 57 agences.

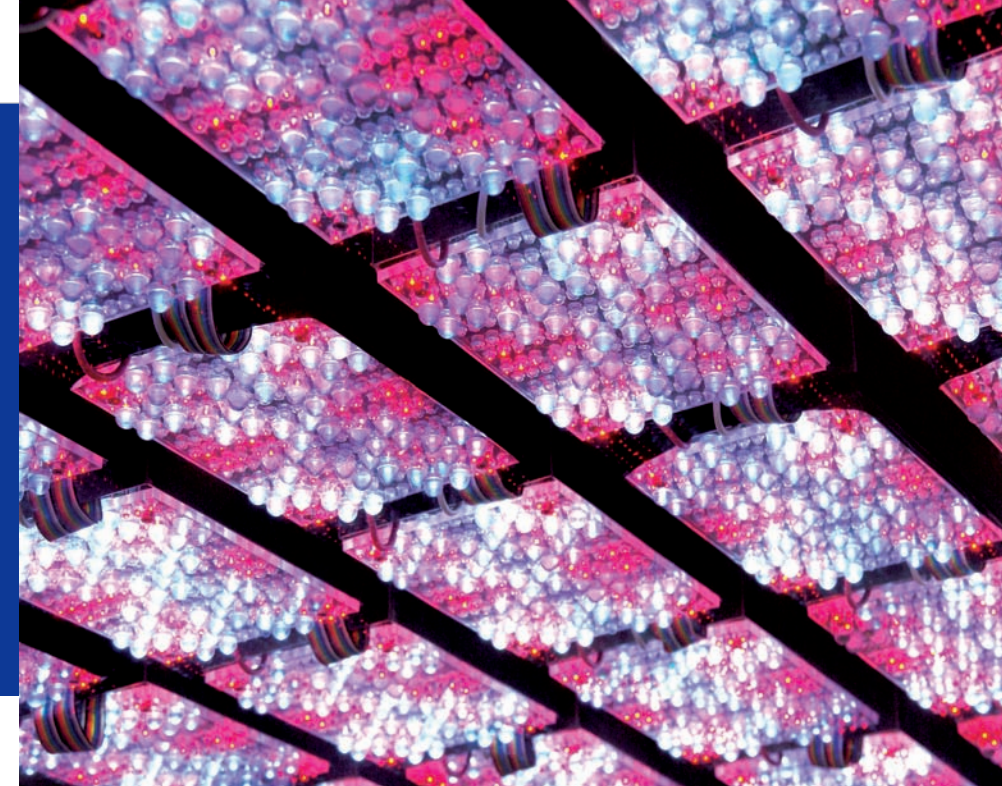


manière à fédérer les équipes et à atteindre une taille suffisante pour mettre en place une organisation décentralisée. L'objectif est de développer nos implantations dans l'Est, le Sud-Est et le Sud-Ouest où nous sommes présents mais encore sous-représentés.

Vous évoquez le développement de votre périmètre géographique. Qu'en est-il en termes d'activités ?

Nous avons un savoir-faire de frigoriste, c'est l'âme de nos techniciens. C'est sur ce savoir-faire que nous nous appuyons pour appréhender de nouvelles technologies comme le traitement d'air et les énergies renouvelables. De la même façon que nous déployons des agences pour répondre à l'appel de nos clients nationaux, nous développons nos activités pour satisfaire une demande.

Prenons l'exemple de la grande distribution. Nous mettons en œuvre la pro-



Le groupe Cesbron a tissé un partenariat avec le CNRS et l'ENS afin de concevoir Écolab : un simulateur mobile pour reproduire les climats.

duction frigorifique mais également le traitement de l'air du magasin et le processus de production Boulangerie Viennoiserie et Pâtisserie... Nos savoir-faire représentent plus de 70 % des consommations électriques d'un magasin, nous sommes donc en première ligne pour l'optimisation énergétique. De plus, via notre service maintenance, nous garantissons à nos clients des performances pérennes ; nos installations fonctionnent de façon optimum dans le temps : qualité des process, optimisation des consommations énergétiques. Nous développons donc un service global qui conjugue conseil et interventions in situ. C'est le sens de notre offre Optienergie.

La crise n'a pas affecté la croissance du groupe Cesbron. Qu'est-ce qui vous a permis de résister ?

Nous n'avons pas échappé à la crise. La diversification nous a coûté cher mais elle nous a permis d'assurer le développement de notre activité. Elle s'est faite grâce à un rééquilibrage des différents marchés au sein de notre clientèle. La grande distribution, par exemple, représentait traditionnellement jusqu'à 70 % de notre chiffre d'affaires. Elle n'est plus que de 50 % aujourd'hui, même si elle a augmenté en valeur. Notre diversification passe également par le dévelop-

pement du marché de l'industrie. Nous nous sommes positionnés dans le domaine des technologies vertes et de la maîtrise des consommations d'énergie, deux axes qui motivent les investissements.

La maîtrise des énergies, c'est l'avenir du groupe Cesbron ?

Nous allons tous vers les énergies renouvelables, c'est inéluctable puisqu'il s'agit d'investissements garantis dans le temps et qui permettent des gains de productivité. Toutefois il faut rester prudent sur un marché qui n'est pas totalement mature. Mais nous avons tout l'éventail des savoir-faire : le conseil, la conception, l'installation, la maintenance avec pour trait commun l'innovation. Nous produisons, nous diffusons, nous gérons les énergies localement. Nous réunissons toutes les conditions du développement le jour où le marché sera mûr.

Quelles sont les valeurs qui vous permettront de vous mesurer avec de grands groupes nationaux voire internationaux ?

L'excellence technique nous singularise. Nous partageons un projet collectif en ressources humaines. Nos clients sont souvent des entreprises familiales innovantes y compris dans le domaine de la grande distribution. Nous nous comprenons ■

« Nous nous appuyons sur notre savoir-faire de frigoriste pour appréhender de nouvelles technologies comme le traitement d'air et les énergies renouvelables. »

Originaire de Cholet, Christian Rabin est diplômé de l'institut du froid industriel et du CNAM en turbomachines complété d'un DESS en marketing à l'IAE de Caen et de l'INM à l'IFG de Nantes. Après dix années passées à Paris dans des grands groupes et des PME innovantes, il a rejoint Cesbron en 1994. Cadre actionnaire de l'entreprise, il a occupé diverses fonctions managériales avant de prendre la tête du département Technologies R&D.



C'est le département de l'innovation et des projets. Tous ne verront pas le jour, mais tous sont porteurs de solutions dont beaucoup font rêver. Aucun obstacle n'arrête Christian Rabin et son équipe. PAR S.R.

Le futur est pour aujourd'hui

Christian Rabin est un passionné. À la tête du département Technologies, R&D et Applications spéciales il est celui qui fait avancer la recherche pour le compte du groupe Cesbron et des entreprises clientes. Et il faut le prendre très au sérieux quand il explique : « Nous réalisons la recherche appliquée et des machines spéciales dans des domaines nouveaux » !

Ecolab : un simulateur novateur pour reproduire les climats

L'Ecolab – Ce « simulateur de climats prêt à brancher » est destiné à mesurer les effets des environnements climatiques et des pollutions sur les écosystèmes. Lancé en 2005, développé en partenariat avec l'ENS et le CNRS, il est opérationnel depuis un an. Il a été retenu par la France parmi les très grandes infrastructures de recherche (TGIR). Cet outil permet d'étudier la réaction des écosystèmes terrestres ou aquatiques aux évolutions d'un climat. Il contrôle entre autres la température, l'hygrométrie, la pluie,

le vent, les concentrations gazeuses, l'éclairage avec 7 000 leds pilotés en temps réel. Il permet aux scientifiques de simuler les dégradations d'un écosystème et d'apporter des solutions pour le futur.

L'Alizone chauffe les allées froides des grandes surfaces

Comment éviter que les clients se gèlent dans les zones réfrigérées des grands magasins ? Pendant un an, les experts du groupe Cesbron ont planché sur cette question. La solution ? Le chauffage des allées froides en grandes surfaces, grâce à une technologie innovante de distribution d'air localisée. Résultat ? Une baisse des charges d'énergie, un confort amélioré pour le client et une augmentation des ventes de 10 % dans les magasins où cette solution a été mise en œuvre.

« On ne fait pas de l'innovation et de la recherche tout seuls ». Christian Rabin est un adepte convaincu des partenariats public/privé, industrie/recherche. Mais il va plus loin dans sa volonté de croisement des compétences. « Nous sommes capables de piloter une équipe pluridisci-

plinaire, en associant des sociologues à des techniciens hautement qualifiés, en conjuguant le pragmatisme et la recherche pure et dure. Et ce, depuis l'analyse de la demande initiale jusqu'au contrôle de la promesse chez le client ».

Quant aux domaines d'investigation, « on ne s'interdit rien » affirme Christian Rabin. Sur la base des savoir-faire du groupe Cesbron (froid, génie climatique, énergies renouvelables...) la cellule R&D s'intéresse aussi bien à l'agriculture et à la viticulture (Anjou oblige) qu'à l'industrie, la pharmacie ou l'agroalimentaire. Ses réalisations vont du frigo solaire à l'extracteur d'arômes pour les vins et des tunnels de refroidissement aux cellules de culture et de germination.

Les scientifiques, ingénieurs et techniciens d'application du département Technologies ne perdent pas de vue l'objectif qui est le leur : « On ne fait de la recherche que s'il y a de la valeur ajoutée pour le client ».

Car la réussite de ce département ne réside pas seulement dans la matière grise et l'imagination. Elle est aussi dans le réseau d'agences et la force de vente à l'export ; dans la surface financière et l'indépendance d'un groupe qui a la culture du risque calculé et la capacité à prendre des décisions rapides ■

Photos : D.R. et Fotobé

Quand elle a intégré le groupe Cesbron il y a onze ans, il comptait moins de 350 collaborateurs. Aujourd'hui, ils sont 760 salariés. À la tête de la direction des ressources humaines, Fabienne Baulu est témoin et actrice de cette croissance. PAR S.R.

« Notre valeur, ce sont nos hommes »

La croissance du groupe Cesbron n'est pas seulement interne. Elle se fait aussi par rachat d'entreprises. Dans ce contexte, quel est le principal défi à relever ?

L'objectif est de conserver sa cohésion au groupe en mettant en place des modes de fonctionnement uniformes. Pour cela, il faut apprendre à se connaître, revoir les contrats individuels pour ramener tout le monde sur les mêmes accords et progressivement rapprocher les cultures d'entreprises. À chaque fois nous l'avons fait sans changer les équipes en place et notamment l'encadrement. Aujourd'hui, toutes les filiales dans les mêmes domaines d'activités sont fusionnées et on travaille en équipe. Il y a une vraie solidarité entre les agences, même si chacun conserve ses objectifs propres.

Au cours de la dernière décennie, le groupe a également créé de nombreux emplois. Quels sont les critères déterminants pour entrer chez Cesbron ? Et pour évoluer au sein de l'entreprise ?

Le groupe a acquis une dimension nationale : il jouit d'une image très professionnelle et nous recevons énormément de candidatures spontanées. Tous nos techniciens sont frigoristes, c'est le critère déterminant. Pour le reste, il existe une forte mobilité fonctionnelle et des possibilités importantes d'évolution en interne. Beaucoup de jeunes entrent chez nous comme techniciens monteurs ou dépanneurs. Certains deviennent responsables de services après-vente, responsables d'agences ou évoluent vers un poste commercial.

Votre secteur d'activité connaît-il des difficultés de recrutement ?

Il n'y a pas de frigoriste au chômage ! Les métiers du froid restent méconnus et nous manquons effectivement de personnels confirmés. C'est pourquoi, depuis quelques



Originaire de la région angevine, Fabienne Baulu est juriste de formation. Elle a forgé son expérience des ressources humaines dans le secteur pharmaceutique (Sanofi Synthé-Labo) et métallurgique (Fonderies de l'Authion).

de dépanneur confirmé ou de chef d'équipe au montage. Ce n'est pas si facile. Il faut des qualités techniques, mais aussi de la passion et du relationnel. Il est resté quatre bons éléments sur un groupe initial de dix personnes. Nous aurions aimé un meilleur résultat. Mais nous allons persévérer et ouvrir une nouvelle promotion l'an prochain, en affinant les profils intégrés (pré requis exigés : électriciens ou électromécaniciens).

Par ailleurs, dans le cadre de notre activité de boulangerie et faute de filière spécialisée, nous avons construit notre propre module de formation sur les matériels de boulangerie, en partenariat avec les écoles de Dinan et de Vitré pour les modules froid. Notre troisième promotion réunit une dizaine de personnes recrutée en partenariat avec Pôle Emploi.

Et quels sont vos projets ?

Nous allons développer nos formations en interne et mettre en place des formations de formateurs occasionnels. Nous allons également développer le tutorat pour tous nos contrats en alternance. A terme, nous avons prévu d'édifier sur notre site de Saint-Sylvain d'Anjou un bâtiment spécifique dédié à la formation. C'est aussi un moyen d'afficher notre engagement. La cohésion, l'accompagnement, la transmission des connaissances sont au cœur du groupe Cesbron. Notre valeur, ce sont nos hommes ■

Quelles actions de formation avez-vous mises en place pour répondre à cette problématique de recrutement ?

Avec un groupement d'employeurs à orientation frigoristes et en partenariat avec l'AFPA, nous avons accompagné une promotion d'une dizaine d'adultes en reconversion. Le but était de les amener à un diplôme de froid pour aller vers des métiers



Faute de filière spécialisée, le groupe Cesbron a construit son propre module de formation sur les matériels de boulangerie.

« On ne fait de la recherche que s'il y a de la valeur ajoutée pour le client. »

« Les métiers du froid restent méconnus et nous manquons de personnels confirmés. »

« Dans cette entreprise très technique, je suis l'un des rares à ne pas avoir de formation technique. » Directeur Marketing et Développement, Benoît Paquet a pourtant une mission essentielle : identifier les technologies innovantes et les déployer dans les agences. Au service du client. PAR S.R.

L'art de se distinguer

Marketing amont. Les attentes des clients tiennent en quelques mots : maîtrise des énergies et optimisation des consommations. Justement, Cesbron a le savoir-faire en installation mais aussi en maintenance et en entretien. Depuis un siècle ! « Cela fait partie de notre héritage. Pendant les cent premières années, nous avons produit de l'énergie pour l'exploitation de nos clients. Dans les cent prochaines, nous devons leur permettre de consommer juste ce qu'il faut et pas plus. »

Marketing aval

L'équipe de Benoît Paquet identifie les potentiels, met en place et assure la promotion des offres. Elle travaille en lien étroit avec les directeurs de région. Deux nouvelles offres de services ont été créées autour des économies d'énergie.

Optienergie s'adresse à tous les professionnels, pour les accompagner dans la gestion, le contrôle et le suivi de leur consommation d'énergie, avec un module de réduction de leurs dépenses. Via une connexion à distance, il est possible de surveiller, d'optimiser et d'anticiper les pannes éventuelles ou les dysfonctionnements. Optienergie conjugue ainsi les services d'installation, de SAV, de contrôle, de dépannage et de réduction des consommations.

Ofélie est une offre d'expertises liées, avec un interlocuteur unique pour gérer les travaux et optimiser l'exploitation dans tous



Formé à l'ESCAE Nantes, Benoît Paquet a acquis une double compétence en marketing industriel : dans une entreprise familiale chez Manitou, à Ancenis, puis au sein de l'entreprise américaine Midmark. Il y a deux ans, il a intégré le comité de direction du groupe Cesbron où il a été chargé de structurer la fonction Marketing et Développement.

les domaines d'intervention du groupe : froid, traitement d'air, chauffage réversible et boulangerie. « À travers cette offre qui intéresse notamment la grande distribution, nous valorisons une multi-compétences qui nous rend presque uniques sur le marché » explique Benoît Paquet.

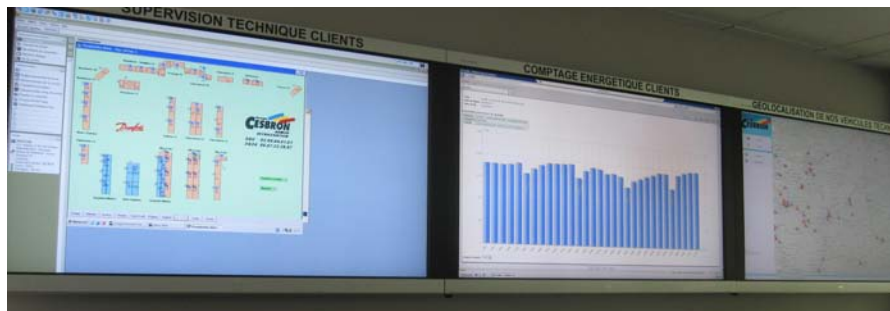
La maîtrise de l'énergie comme axe de développement

Avec les certificats d'économies d'éner-

gie qui s'imposent à un nombre croissant d'entreprises, avec la prochaine dérégulation du marché, Benoît Paquet est persuadé : le développement du groupe Cesbron passe par la maîtrise de l'énergie. Avec des perspectives prometteuses comme les systèmes de récupération de chaleur pour les utilisateurs d'eau chaude en gros volumes ou les systèmes de contrôle et de sécurisation des installations pour les marchés industriels. Où l'on retrouve l'offre Optienergie !

Comment se distinguer sur le marché ? Benoît Paquet est confiant. « Il y a d'abord notre histoire : depuis 100 ans, nous n'avons jamais été défaillants dans le service aux clients. Il y a ensuite l'originalité des produits et des solutions que nous proposons en matière de prestation de services. Il y a surtout notre capacité à innover et à imaginer les technologies de demain. »

Pour en convaincre, au moment de se donner une envergure nationale, le groupe Cesbron a su mettre à profit les festivités de son centenaire : « Les gens ont pris conscience de tout ce qu'on savait faire » ■



Optienergie permet aux clients du groupe Cesbron de visualiser en temps réel les consommations énergétiques de leur entreprise.

Le nouveau siège social Un étendard pour Cesbron



Livré en février 2011, le nouveau siège social de Saint-Sylvain-d'Anjou est plus qu'un manifeste architectural. C'est un étendard qui affiche les savoir-faire et les ambitions du groupe Cesbron.

On est d'abord sensible à la sobriété des lignes, à l'élégance de la façade dont le bardage de bois vient adoucir la rigueur du mariage verre/acier. Puis « l'œuf » se découvre, comme posé à la surface d'un plan d'eau. Recouvrant une charpente en bois cintrée dans les trois dimensions (une prouesse !), sa coque métallique joue avec la lumière angevine.

Sur un site de plus de 40 000 m² jouxtant le lycée et CFA de La Baronnerie, le nouveau siège social du groupe Cesbron s'inscrit dans un projet à long terme de campus. Il se compose d'un ensemble de bureaux en forme de parallélépipède et du fameux œuf qui abrite un espace de réunion et de conférence.

Témoin d'une réussite, cet ensemble de bâtiments est aussi un jalon pour le nouveau siècle. Signé du cabinet nantais Bodreau pour l'ar-

chitecture et de SNC-Lavalin pour l'ingénierie de projet, il a été inauguré à l'occasion du centenaire du groupe. Vitrine de ses savoir-faire, il entend valoriser et démontrer l'ensemble de ses compétences techniques et industrielles. À commencer par la maîtrise des énergies.

Le bâtiment produit plus d'énergie qu'il n'en consomme

Dans un site paysager où le bâti tend un miroir à la nature, accessible par une passerelle piétonne, le bâtiment principal occupe 2 900 m² sur trois niveaux. À l'intérieur, deux puits de lumière et un atrium offrent un éclairage naturel aux bureaux.

Le siège de Cesbron est un bâtiment à énergie positive (BEPOS), c'est-à-dire qu'il produit plus d'énergie qu'il n'en consomme. Cet objectif a nécessité la mise en œuvre d'un en-

semble de solutions que le groupe préconise et installe chez ses propres clients. Le bâtiment, conçu pour ne pas faire appel à la climatisation, est notamment équipé de plus de 400 m² de panneaux photovoltaïques en toiture, en verrière et en façade Sud ; d'une ventilation double flux avec ventilation nocturne et de deux pompes à chaleur équipées de ventilateur basse consommation.

Sa consommation, bien inférieure à la moyenne nationale et en avance sur toutes les normes, est estimée à 34 kWh/an. Au final et grâce à la production photovoltaïque, le siège de Cesbron est dimensionné pour produire annuellement 8 783 kWh.

Derrière la façade technique, cette construction du temps présent illustre la capacité d'innovation du groupe Cesbron et affiche ses fondamentaux : économie, performance et développement durable ■



Chiffres clés

- Surface du terrain : 40 000 m²
- Surface bâtie : 3 070 m²
- Coût du projet : 8,1 M€