

TEXTE : LAURENT BLANCHON
PHOTOS : LIONEL CIOCHETTO, DR

Lancée en 1999 par un sportif accompli, Benoît Laval, Raidlight, installée à Saint-Genest-Malifaux, dans la Loire, conçoit et commercialise l'équipement du sportif. La PME est leader sur le marché des raids et des trails et commence à chatouiller les plus grands sur le terrain de la randonnée.



Raidlight :

la croissance au pas de course



Benoît Laval est un sportif accompli. Son palmarès s'étoffe chaque année de nouvelles courses aventures, du grand raid de la Réunion (ou diagonale des fous, 147 km et 8000 m de dénivelé) au défi de l'Oisans (200 km sur le GR54 et 12 000 m de dénivelé), en passant par la Sainté-Lyon (70 km de nuit en plein hiver entre les deux villes). L'homme court le marathon en 2 h 41 ; pratique la course d'orientation (vice-champion de France de raid orientation à trois reprises), la raquette à neige (champion de France), la randonnée (520 km de traversée des Pyrénées en solo). En plein cœur du Sahara, sur le marathon des sables auquel il a participé trois fois, il flaire un marché qui lui tend les bras, lui, l'ingénieur textile, salarié d'une entreprise qui fabrique du matériel sportif. Les grandes marques délaissent ces raids de l'extrême ; la plupart des concurrents « bricolent » leur équipement pour l'adapter aux conditions. Pour occuper cette niche, Benoît Laval

crée Raidlight en 1999. L'entreprise conçoit et fabrique des équipements sportifs (vêtements, sac à dos, sac de couchage, textile technique...) et, rapidement, rafle le marché des trails et des courses d'orientation. « *J'étais pratiquant, je répondais simplement à un besoin* », explique-t-il modestement. Benoît Laval a démarré seul, dans un garage. Le dynamisme, la réactivité et l'innovation ont fait le reste. Dix ans plus tard, Raidlight, qui emploie treize salariés, a clos son exercice 2008 sur un chiffre d'affaires de 1,4 million d'euros.

Une gamme « made in France »

L'entreprise est une ruche, installée à Saint-Genest-Malifaux, au cœur du parc naturel régional du Pilat. Ici, on imagine, dessine, conçoit l'équipement du sportif : de quoi dormir (sac de couchage, tente...), de quoi porter (sac à dos, ceintures à bidons, brassards running avec poches pour barres de céréales ou gels énergétiques...), de quoi se vêtir (textiles de haut en bas, sans oublier les sous-vêtements, à coutures plates, évidemment), de quoi se chausser (chaussures de trail, de running, de montagne...). L'essentiel de la fabrication est sous-traitée en Asie ou au Maghreb. Une réalité pleinement assumée. Sur son site web, Raidlight localise ses fournisseurs, propose des photos des ateliers. Cela dit, la PME vient de lancer, début avril, une gamme « made in France », sous-vêtements, collants « *thermic* », polaire et vestes en bambou... le tout fabriqué à Neulise, près de Roanne. « *Elle répond à une demande, justifie Benoît Laval, de certains de nos clients qui veulent acheter français, malgré la majoration d'un prix pourtant tiré au plus bas, par des niveaux de marge réduits.* » Du trail à la course d'orientation, où elle occupe désormais une position de leader, Raidlight marche désormais sur les terrains du running et de la randonnée.

Benoît Laval, gérant de Raidlight, pourra ajouter, à son copieux palmarès, la création d'une entreprise performante et innovante.



Carte d'identité

- ▶ Lieu : **Saint-Genest-Malifaux (Loire)**
- ▶ Activité : **équipement du sportif pour le trail, le running, la randonnée**
- ▶ Fondateur, gérant : **Benoît Laval**
- ▶ Chiffre d'affaires : **1,4 million d'euros (exercice 2007 – 2008)**
- ▶ Nombre de salariés : **13**
- ▶ Export : **24 % du chiffre d'affaires**



Ce modèle de sacs à dos ultralight Olmo est issu des sacs inventés par Marco Olmo, plus de dix fois dans les 10 premiers du Marathon des sables. Il s'agit des sacs qu'il s'était fabriqué lui-même... Une illustration du processus d'innovation chez Raidlight.

Sa gamme de sac à dos ultra légers, concentrés de technologie (820 g pour une capacité de 40 l), conçus pour les habitués du marathon des sables, avec un pack avant qui équilibre la charge et rend accessible l'indispensable (eau, ravitaillement) a séduit l'enseigne Nature et découverte, qui l'affiche en page 5 de son catalogue. Et la commercialise dans chacun de ses 89 magasins. Les produits Raidlight sont aussi référencés chez « *le vieux campeur* ». Mais l'entreprise de Saint-Genest-Malifaux réalise encore une bonne moitié de son chiffre d'affaires via son site web. Lancé dès l'origine, il l'a naturellement invitée à exporter. « *Dès le départ, on a expédié des produits à l'autre bout du monde. Sur ces six derniers mois, on a livré dans 60 pays différents* ». Au départ empirique, la démarche export est structurée depuis 2005, avec un réseau de distributeurs et de revendeurs. On trouve du Raidlight dans 200 magasins en Europe, principalement en Espagne, Italie, Angleterre. L'export représente désormais 24 % du chiffre d'affaires.

Janus du design

Raidlight renouvelle régulièrement ses produits. « *A chaque fois qu'on en sort un, on croit avoir trouvé le top. Mais elle est toujours complétée ou améliorée l'année suivante, assez peu sur les matières, beaucoup sur la fonctionnalité* ». La révolution, dans le textile moderne, ce sont les matériaux écologiques. Raidlight a bien négocié le virage. « *Nous avons pris le parti d'investir sur ces matières, comme le bambou ou le polyester recyclé, notamment pour nos produits techniques* », note Benoît Laval.

Comme elle a été créée, sur l'étude des besoins d'un coureur, la PME évolue au gré des contributions de ses clients. Tout pratiquant peut s'inscrire, via Internet, dans le Team Raidlight, critiquer et commenter les produits, inscrire ses courses et performances, gagner des points et des équipements. Le design est géré en interne et soutenu dans la création graphique et les emballages par quelques cabinets extérieurs. Dans la pléiade de prix et trophées qu'elle a reçus ces dernières années, le Janus du design, délivré en 2008 pour le pack avant de son sac à dos, est sans doute le plus révélateur de sa capacité d'innovation. Enfin, Raidlight a intégré le pôle de compétitivité Sportaltec. « *L'intérêt, dans ce pôle, c'est l'échange d'expériences et la mutualisation des moyens techniques* », précise le chef d'entreprise.

Dans cette aventure menée au pas de course depuis dix ans, sur un marché de la randonnée et de la course nature en pleine expansion, Benoît Laval, qui n'a pas stoppé l'entraînement pour autant, éprouve le besoin de faire une pause. Raidlight vient de lancer son nouveau site Internet, sa gamme « made in France », a installé un nouveau logiciel de gestion. Dans son bureau, aux côtés de l'ordinateur, figure en caractère gras, et sur un format A4, cette mention : « *pas de nouveau projet avant 2001.* » Comme pour s'imposer le frein à main, dans un rythme effréné de croissance, presque indécent par les temps qui courent. Pourtant, Benoît Laval table sur un chiffre d'affaires 2009 à 1,9 million d'euros. Et avoue étudier sérieusement un déménagement dans un nouveau bâtiment, plus grand, plus fonctionnel, mais toujours dans son cher massif du Pilat, dont il est originaire. C'est son pays... Et son terrain de jeu. ■