



Il faut 1 h 30 pour fabriquer un petit sac et 8 h pour un cartable

and



## 128 ANS D'HISTOIRE

Joseph-Daniel Laffargue, fils de sellier et compagnon du devoir crée en 1890 une boutique et un atelier de maroquinerie dans le centre de Saint-Jean-de-Luz. Avec Augustine, originaire d'Irissary, le Landais a deux fils : Léon, qui s'occupe plutôt de la gestion, et Jean-Baptiste, le créatif et artiste touche-à-tout de la famille, aussi doué pour dessiner des articles de maroquinerie que des faïences de Sarreguemines ou jouer les caricaturistes. Il se marie avec

Suzanne. Ensemble, ils auront 5 fils : Daniel décédé en 2004, Jean-Claude, Bernard, André et Pierre. Ce dernier est le père de Sophie et Stéphanie. Bernard a un fils, Vincent, pharmacien. Jean-Claude a eu un fils et une fille, Jean-Michel, l'actuel chef d'atelier et responsable de la fabrication, et Marie-Sylvie, qui s'occupe notamment de la partie boutique. Tous sont membres du conseil d'administration et actionnaires de cette entreprise résolument familiale.

## Une centrale d'achats pour les professionnels du tourisme

### GOAZEN

La plateforme doit permettre aux entreprises du secteur de bénéficier de tarifs négociés, tout en travaillant avec des producteurs locaux

Goazen, ce réseau basque de près de 600 entreprises du tourisme, a trouvé une façon astucieuse d'alléger les dépenses de ses adhérents. Le cluster vient de mettre au point une centrale d'achats en ligne. Lokarria (« le lien », en euskara) doit leur permettre de bénéficier de tarifs d'achats négociés sur de nombreux produits « provenant à 80 % du Pays basque », assure Goazen. « 95 % des entreprises du Pays basque sont des sociétés de moins de cinq salariés. L'idée de ce site est de les consolider dans leurs marges », explique Corinne Cerveaux, chef de projet du cluster.

Électricité, propane, bières, yaourts, confitures, ampoules, produits d'entretien, papier toilette... Un certain nombre d'achats récurrents des hôtels, restaurants, campings ou autres musées sont référencés sur la plateforme. L'entreprise intéressée n'a plus qu'à s'enregistrer (comptez 100 euros par an, l'adhésion), entrer ses codes et faire son marché depuis son ordinateur ou son téléphone. Un gain de temps certain. Ensuite, c'est à chaque fournisseur de prendre en charge la facturation et la livraison.

« L'objectif à terme est que cette plateforme devienne autonome », renseigne Élodie Parenteau-Penaud du cabinet de conseils Atlans qui a développé cet outil. C'est aussi lui qui met les producteurs en concurrence et décide de référencer telle confiture



La centrale d'achats Lokarria propose des produits provenant à 80 % du Pays basque. PHOTO BERTRAND LAPÈGUE

plutôt que telle autre. « La sélection se fait au « mieux disant », précise Élodie Parenteau-Penaud. Pour tous les achats, nous avons lancé des appels d'offres avec des critères à respecter. Le but n'est pas forcément de retenir le produit au prix le plus bas. C'est le rapport qualité-prix et la présence sur le territoire qui priment. »

### L'union fait la force

Lors de la phase expérimentale menée en 2015 avec neuf hôteliers, puis l'année suivante avec 20 restaurateurs, ces derniers auraient constaté des économies de 8 à 25%. Éric Albino, patron de camping à Espelette et membre de Goazen, évoque un principe commercial élémentaire : « Un camping de 150 places ne pèse par forcément aux yeux d'un fournisseur. Mais si nous sommes 10 ou 20 à avoir besoin du même produit ou

du même service... » Jean-Pierre Istre, président de l'Union des métiers et des industries de l'hôtellerie Pays basque (Umih), acquiesce. « Nous sommes un territoire fait de petites et de très petites entreprises. S'unir pour pouvoir obtenir le meilleur produit au meilleur prix, c'est la base », dit-il. « Surtout si, à terme, cela permet de faciliter les échanges commerciaux et le travail en circuit court », souligne Corinne Cerveaux. À ce jour, Lokarria compte 66 adhérents et 20 fournisseurs qui proposent une quarantaine de produits. Son objectif est d'étendre sa toile pour proposer dans un futur proche la plupart des achats récurrents des professionnels du secteur.

**Pantxika Delobel**

(1) Renseignement sur le site [www.groupe-ha.fr](http://www.groupe-ha.fr)

## Les chiffres clés de l'hôpital

**SANTÉ** Le centre hospitalier de la Côte basque affiche des résultats en hausse en 2017

À l'occasion des vœux pour la nouvelle année, Michel Glanes, directeur du centre hospitalier de la Côte basque, a dévoilé les chiffres clés de l'activité de l'établissement.

### Les résultats financiers

L'exercice 2017 se termine avec un équilibre d'exploitation entre les recettes et les charges 2017. Le résultat incluant des cessions d'actifs (5,6 millions d'euros) et une reprise sur provision du plan directeur (2,9 millions d'euros) s'établirait à minima à 8,5 millions d'euros. La capacité d'auto-financement s'élève à 17,3 millions d'euros et le taux de marge brute aidée à 8,78 %.

Le taux d'endettement continue à baisser pour atteindre le niveau encore élevé de 63,5 %, conséquence de l'opération de restructuration du site de Saint Léon achevée il y a deux

ans, pour un montant de 250 millions d'euros.

### Les activités

Au total, 74 893 entrées et venues ont été enregistrées, soit 4,66 % de plus qu'en 2016 (+ 5,5 % en médecine, +2 % en chirurgie, +6,3 % en obstétrique, +1,56 % en journée et +1,28 % d'entrée en psychiatrie, +3,2 % pour les séances de dialyse et +9,13 % pour les séances de chimiothérapies).

Côté ressources humaines, l'hôpital « a accompagné la progression significative d'activité par un renforcement de ses équipes soignantes (2 950 équivalents temps plein) et médicales (338 équivalents temps plein) ». Les études promotionnelles ont permis à 20 agents d'accéder à une progression de carrière notamment neuf infirmiers et trois aides-soignants.



L'activité du Centre hospitalier progresse. PHOTO ARCHIVES B.L.