

✓ **Stéphane Lacassagne**, fondateur de **Bioblank** Cette jeune entreprise boulonnaise, lance une gamme de produits de nettoyage et d'hygiène haut-de-gamme issus de la biotechnologie.

Le bio efficace

Comment associer le nettoyage, l'hygiène, le traitement des eaux usées avec l'univers du bio ? Comment convaincre qu'une gamme de produits issus de la biotechnologie peut être plus efficace que des produits traditionnels tout en respectant les installations et l'environnement ? Voilà le challenge de Stéphane Lacassagne. Ce dynamique quadragénaire, Boulonnais depuis toujours, aligne un parcours qui lui a fait assumer des responsabilités commerciales et financières dans des groupes anglo-saxons, dans la banque, ou comme capital-risqueur. Autant dire que la notion d'entreprise lui est familière. Quand il décide de sauter le pas, il trouve un créneau, avec ces produits dont il a mesuré le formidable potentiel ; et qui correspondent à ses convictions écologiques. « *Nous utilisons les substances qui existent dans la nature et nous les concentrons de manière importante pour optimiser leur effet et accélérer la biodégradation* ». Ce concept se lit dans le nom de la marque, Bioblank, société française, qui décline son credo. « *Bio était évident compte tenu de notre spécificité ; quant à blank, il s'agit littéralement de la traduction anglaise de « nickel chrome » ce qui correspond parfaitement à l'image que nous voulons donner !* » Le cœur de cible de Bioblank : toutes les structures (sociétés, collectivités...) qui ont besoin de solutions actives pour le nettoyage, le traitement des eaux usées, des canalisations, des bacs à graisse. « *Pour beaucoup d'entreprises, le nettoyage est stratégique. Nous leur proposons des solutions globales. À nous de les convaincre que nos produits sont à la fois techniques, hyper-efficaces et économiques à long terme. Et bien sûr bios, ce qui peut être un argument commercial au-delà d'une attitude écologique respectant la nature et la santé de l'utilisateur.* » Bioblank privilégie pour l'instant un positionnement commercial « BtoB » (« business to business », entreprise vers les entreprises) mais n'exclut pas de s'adresser dans un futur proche aux consommateurs grand public. ●

Ch. D

