Idil Fibres Optiques

Les innovations nées de la photonique sont présentes partout dans notre vie quotidienne, dans les laboratoires de recherche, et sur les chaînes de production ou de contrôle des industriels. Certaines innovations débouchent sur une activité économique, et deviennent un moteur de création et de développement des entreprises. Dans ce numéro, nous interviewons **Patrice Le Boudec**, Pdg de la PME bretonne IDIL Fibres Optiques.

Photoniques (PH) : Pouvez-vous décrire votre produit en 3 mots-clés ?

IDIL Fibres Optiques est une société d'ingénierie opto-électronique. Elle propose toute une gamme de composants fibrés : composants de base, jarretières, connectiques spéciales, assemblages de fibres, capteurs optiques en particulier à base de réseaux de Bragg.

IDIL Fibres Optiques conçoit et fabrique également des systèmes lasers complexes : sources lasers avec mise en forme spectrale et temporelle (*front end laser*), baie de vélocimétrie hétérodyne, sources lasers.... Un exemple prestigieux est la fabrication de la source du laser MegaJoule.

Elle est enfin distributeur de sociétés étrangères, centrée essentiellement sur la spectroscopie. Nous développons et fabriquons également des systèmes complets avec les composants que nous distribuons.

PH : Pouvez-vous décrire la genèse du concept-phare ou de l'idée-phare ?

L'idée de départ a été la création d'une société capable de fournir un service d'ingénierie autour des technologies de la fibre optique pour des marchés exigeants : transports, aéronautique et spatial, nucléaire, défense et sécurité, médical (hors télécoms).

Pour répondre à ces exigences (performance, délai de réalisation, exigences techniques), l'équipe IDIL est composée essentiellement d'ingénieurs, techniciens et chefs de production. Grâce à notre multi-compétence, nous sommes capables de fournir à nos clients un projet « clé-en-main ». Notre expertise a permis de répondre à des besoins complexes destinés à des grands comptes.

PH : Pouvez-vous dire un mot sur la genèse de l'entreprise (comment passer de l'idée au produit) ?

C'est un travail de longue haleine... L'idée de base étant de proposer des services d'ingénierie, il a fallu trouver des clients, petits tout d'abord, afin de faire reconnaitre la société. Ensuite la réputation venant, les clients les plus exigeants nous ont fait confiance (laboratoires, universités, start-ups, industries). D'autre part, la croissance de la société a toujours été lente et maitrisée. C'était une volonté de notre part pour respecter les besoins des clients et augmenter la qualité de nos services. Cela nous a aussi permis de passer à travers quelques gros trous d'air, comme la crise des télécoms en 2002.

PH : Quel est le marché identifié (taille, lieu géographique, public ciblé, marché existant et/ou à construire) ?

Le marché est très large. La fibre optique est une technologie extrêmement diffusante. Les clients se trouvent dans tous les secteurs même s'il s'agit très souvent de marchés de niche. Par exemple toutes les sociétés du CAC40 sont clientes chez nous (hormis les banques). Les secteurs les plus porteurs pour nous sont la défense et la recherche, même si nous avons de plus en plus de clients industriels pour des fabrications de série.

Nos clients sont principalement en France, l'export ne représentant que 10 à 25 % de nos ventes suivant les années.

PH : Quel est le paysage concurrentiel (France et étranger) ?

Peu de sociétés ont une offre technologique aussi complète que la nôtre et la concurrence est assez diffuse. Nous n'avons pas de concurrents directs contre qui se battre en permanence. Disons plutôt que nous nous complétons sur certains projets ; les savoir-faire étant différents. Suivant les projets, il y a pas mal d'acteurs. En ce qui concerne la concurrence étrangère à bas coût, elle nous impose de rester sur des marchés à très forte valeur ajoutée.