

METROPOLITAIN

A black and white portrait of Cyril Brun, a middle-aged man with a bald head, a grey beard, and black-rimmed glasses. He is smiling and wearing a black turtleneck sweater under a dark blazer. The background is a solid dark grey.

CYRIL BRUN

Un coin de ciel bleu

OPÉRA ORCHESTRE NATIONAL MONTPELLIER

Un début d'année pour s'évader
en musique

ESSAI AUTO

BMW Z4 Final Edition

SÉLECTION CAVISTE

Domaine Meix Foulot



Seize tuple

[seze'tuple'] n.m. : *se dit d'une performance renouvelée **seize années de suite**. Rare, précieux, qui est le signe d'une confiance durable.*

Ex. : « Banque Populaire, 1^{re} Banque des Entreprises pour la 16^e année consécutive ».*

Merci à tous nos clients.



la réussite est en vous



SOMMAIRE

ITW à la une

06 Cyril Brun : un coin de ciel bleu

METRO news

16 Eau et littoral : de nouvelles décisions adoptées par le Département de l'Hérault

18 La Ville et le Barreau de Montpellier s'engagent pour les droits humains

20 LA VIDÉO DE LA SEMAINE :
Une technologie développée à Montpellier pour bloquer l'accès des mineurs aux sites sensibles

METRO style

24 Opéra Orchestre National Montpellier : un début d'année pour s'évader en musique

26 Essai auto : BMW Z4 Final Edition

28 Sélection caviste : Domaine Meix Foulot

METRO éco

32 Un nouveau salon arrive en mars au Parc des Expositions

34 Annonces légales

7 OFFICIEL
Edition de la Gazette
Economique de l'Hérault

73 Rue du 56^e Régiment d'Artillerie
34070 Montpellier
Tél. 04 99 61 41 31 - Fax 04 99 61 41 30
Magazine d'Informations officiellement
désigné pour la publication d'annonces
légales sur l'ensemble du département
de l'Hérault.

SAS de Presse au capital de 190 000 € :
RCS Montpellier B 400 169 819 ISSN
en cours
Commission Paritaire de Publication
et d'Agences de Presse
N°1126 I 87223

Directeurs de la publication :
Bertrand Fassio
b.fassio@e-metropolitain.fr
Matthieu Fassio
m.fassio@e-metropolitain.fr

**Directeur artistique
& photographie :**
Mario Sinistaj
m.sinistaj@e-metropolitain.fr

Directrice commerciale :
Sandra Ripoll : 06 78 60 97 21
s.ripoll@e-metropolitain.fr

Publicité :
Perrine Brants :
perrine@e-metropolitain.fr
04 99 61 41 31
Béziers : Marin Laval :
m.laval@e-metropolitain.fr

Graphisme :
Thomas Besson
t.besson@e-metropolitain.fr

Rédaction :
Gil Martin, Cédric Nithard,
Jean-Marc Aubert,
Arnaud Boularand,
Manon Haddouche,
Léa Pippinato, Antoine Hereu
Xavier Paccagnella
redaction@e-metropolitain.fr

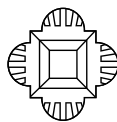
Pôle production vidéo :
Arnaud Boularand, Antoine Hereu

Community manager :
Lalou Henry,
l.henry@e-metropolitain.fr

Annonces légales :
Nathalie Andreo,
Laurie Clamagirand
contact@e-metropolitain.fr

Service comptabilité :
Laurie Clamagirand,
compta@e-metropolitain.fr

Impression : Impact'imprimerie
Ils ont contribué à ce numéro :
Caves Cairel - caves-cairel.com
04 99 58 10 10



HÔTEL
RICHER DE BELLEVAL



CYRIL BRUN

Un coin de ciel bleu

L'année commence bien (et plutôt même très bien) pour le directeur général de la Banque Populaire du Sud, Cyril Brun. Alors que le réseau Banque Populaire s'est vu attribuer, il y a quelques jours à peine - et pour la seizième année consécutive - l'une des distinctions ultimes pour ce qui relève du service bancaire aux entreprises, il nous livre une vision très personnelle de la conjoncture régionale, employant à plusieurs reprises les mots audace, agilité et transparence. Préalablement, nous lui aurons posé cette question : qu'attendre raisonnablement de l'année 2026, face à l'incertitude économique et politique, face aussi à la multiplication de signaux ambivalents ? Entre lucidité sur les difficultés vécues par les acteurs

du territoire et confiance dans la capacité des entreprises à se réinventer, c'est une interview décomplexée qu'il nous accorde. Au cours de notre discussion, il dessinera ainsi les contours d'une année « charnière », évoquera les difficultés actuelles, mais ne cessera jamais de louer « l'incroyable résilience » d'un écosystème entrepreneurial « certes malmené, mais très loin d'avoir dit son dernier mot ». La vérité, c'est que Cyril Brun y croit dur comme fer : la confiance résonne toujours comme un éclair dans le brouillard ambiant. Et elle s'impose de très loin comme la meilleure arme pour entrevoir, à nouveau, ce joli coin de ciel bleu qu'on appelle, dans le monde de l'entreprise : des perspectives.

La Banque Populaire vient d'être désignée pour la 16^e année consécutive comme la première banque des entreprises par le baromètre Kantar. Comment cette annonce résonne-t-elle dans votre esprit ?

Cyril Brun : C'est bien sûr une immense fierté, d'autant plus dans le contexte économique et politique actuel. Cette étude, qui paraît une fois tous les deux ans, mesure la position des acteurs bancaires du point de vue des usagers eux-mêmes, de leur ressenti libre, sincère et spontané. Arrivée, année après année, en première position dans le cœur des entrepreneurs Français, cela en dit long sur la force de notre réseau ainsi que sur le travail de nos équipes. Cela signifie aussi que nous sommes présents sur tous les segments formant le panel des interrogés : du jeune créateur, de la PME locale aux ETI en passant par les start-up. Pour aller encore plus loin et vous dire ce qui me touche particulièrement avec cette manifestation répétée de satisfaction, je rajouterai : le timing. En effet, cette reconnaissance arrive en effet dans une période assez morose pour les entreprises. En désignant encore une fois Banque Populaire comme la banque de référence des entreprises, ces dernières attestent d'une chose essentielle : nous répondons présent « pour le meilleur et pour le pire ».

Seize années consécutives tout de même. C'est assez exceptionnel. Qu'est-ce qui permet cette constance, selon vous ?

La constance vient de notre ADN, c'est-à-dire de notre modèle mutualiste et de notre engagement territorial. Nous ne sommes pas

une banque qui change de stratégie au gré des vents. Notre force, c'est d'avoir une vision de long terme et de rester fidèles à nos valeurs. Mais c'est aussi le fruit d'un travail quotidien de nos équipes sur le terrain. Quand je regarde les résultats de cette étude, je vois la traduction concrète de notre présence auprès des entreprises, dans tous les moments de leur vie. Ce qui compte, c'est d'être capable de comprendre les besoins spécifiques de chaque segment. Une startup n'a pas les mêmes attentes qu'une ETI établie depuis vingt ans. Notre capacité à nous adapter, à innover dans nos offres, à former nos équipes pour qu'elles soient de véritables partenaires des dirigeants, c'est ce qui fait la différence.

Concrètement, qu'est-ce qui distingue votre approche de celle des autres ?

J'ai la prétention de croire que je dirige « une vraie banque », capable d'être là dans les bons comme dans les moins bons moments, de grandir avec ses clients. Quand un entrepreneur fait face à la difficulté, il doit être en capacité de s'appuyer sur nous.

Comment ?

Nous avons par exemple développé « Sud Accompagnement », un outil, mais surtout une équipe dédiée qui accompagne les entreprises en difficulté, en rééchelonnant les prêts, en proposant des solutions et dispositifs qui permettent de s'en sortir. On fait vraiment du sur-mesure, du cas par cas. Nous avons aussi une agence spécialisée dans l'accompagnement des entreprises qui vivent un dépôt

de bilan et prennent le chemin du redressement judiciaire, avec dix personnes expérimentées, rompues à cet exercice délicat. L'objectif est ici de limiter la casse et l'impact sur la partie personnelle du dirigeant, d'évoquer le rebond plutôt que la chute, de garder intacte l'envie d'entreprendre, d'envisager de nouvelles trajectoires plus cohérentes aussi.

Le pire risque pour un banquier ?

Le pire risque, c'est la panique, l'affolement, qui peuvent mener un client droit dans le mur alors que souvent, en mobilisant les bons outils au bon moment et en parlant franchement à son banquier, on parvient à trouver des solutions.

Cette distinction arrive alors que 68 000 entreprises ont été défaillantes l'année dernière. Comment analysez-vous la situation économique actuelle ?

La rentrée économique est effectivement un peu maussade, malgré de nombreux signes de reprise. Nous vivons actuellement dans ce que j'appellerai une forme de « brouillard ». On manque de visibilité. Il y a des incertitudes. Et ce n'est pas forcément très bon pour le moral des entreprises. Mais, plutôt que les défaillances, le vrai sujet, c'est le redressement. On a plus que jamais besoin de stabilité fiscale et politique. Que penser de tout cela ? *(il réfléchit)* Ce brouillard bien épais doit, je le crois, nous inviter toutes et tous à faire preuve d'ingéniosité et de résilience. Je refuse le catastrophisme. Nous traversons certes une phase où les choses se tendent, mais où des opportunités émergent aussi pour ceux qui savent les saisir.

L'optimisme, n'est-ce pas un peu décalé par les temps actuels ?

Non, je ne crois pas. Mon optimisme n'est pas aveugle, il est raisonné. Je vois sur le terrain des signaux encourageants. Et puis, à quoi bon être pessimiste ? Le rôle d'un banquier, d'un dirigeant, c'est aussi de porter une vision, de montrer qu'il y a des chemins possibles. Si on ne croit plus en rien, si on baisse les bras collectivement, alors là oui, ce sera vraiment la catastrophe. Moi, je préfère regarder les coins de ciel bleu qui existent bel et bien, plutôt que de me focaliser uniquement sur les nuages. Cela ne veut pas dire qu'on nie les difficultés, au contraire. Mais dans toute crise, il faut retirer quelque chose de bon et se poser la question : comment faire mieux ? Les entrepreneurs qui réussissent aujourd'hui sont ceux qui ont cette capacité de remise en question, d'adaptation.

Quels sont précisément ces « coins de ciel bleu » que vous identifiez pour 2026 ?

Le premier et le plus lumineux, c'est la création d'entreprise. 26 000 créations dans l'Hérault l'an dernier, en hausse de 6 %. C'est considérable ! L'envie d'entreprendre est toujours bien présente, les jeunes générations rêvent encore de projets d'entreprise. C'est fondamental parce que cela montre que l'esprit entrepreneurial est tonique, vivant ! Ces créateurs ont souvent des approches nouvelles, plus agiles, plus en phase avec les attentes sociétales actuelles. Ils intègrent dès le départ les questions de durabilité, d'impact, de sens. Le deuxième coin de ciel bleu,

c'est l'investissement renforcé des entreprises dans toutes les transitions. Les entreprises qui investissent aujourd'hui dans la transition énergétique, dans l'innovation, dans la transformation de leur modèle, ce sont celles qui construisent leur avenir. Et le troisième, c'est la résilience des territoires. Le territoire nous donne des signaux positifs, c'est vraiment la grande phrase que je veux porter. Il faut savoir les écouter, les interpréter, les accompagner.

Vous avez lancé il y a six mois votre Banque d'Affaires +Xperia, dédiée aux ETI. Quel bilan en tirez-vous ?

C'est un grand succès, au-delà même de nos espérances. Nous accompagnons déjà 120 ETI du territoire. Ces entreprises trouvent via cette agence des interlocuteurs qui parlent le même langage qu'elles, que ce soit sur l'international, le haut de bilan ou les questions relatives au patrimoine du dirigeant. Nous avons formé et déployé 30 experts dédiés à leur service et les retours d'expérience sont très engageants. Ces dirigeants nous disent qu'ils se sentent compris, accompagnés dans leurs véritables enjeux stratégiques. Nous participons aussi, je tiens à l'évoquer, à briser la solitude des dirigeants, et c'est important. Un patron d'ETI fait face à des problématiques complexes : la transmission, l'internationalisation, les levées de fonds, la gestion de la trésorerie à l'international... Il a besoin d'interlocuteurs qui comprennent ces enjeux sans qu'il ait besoin de tout réexpliquer à chaque fois.

« Nous ne sommes pas une banque qui change de stratégie au gré des vents. Notre force, c'est d'avoir une vision de long terme et de rester fidèles à nos valeurs »

Cyril Brun



« Dans toute crise, il faut retirer quelque chose de bon et se poser la question : comment faire mieux ? Les entrepreneurs qui réussissent aujourd'hui sont ceux qui ont cette capacité de remise en question, d'adaptation »

Cyril Brun



Vous comptez aller plus loin avec +Xperia ?

Absolument. En 2026, nous allons travailler à repérer des PME avec des caractéristiques d'ETI futures pour les aider à grandir, à franchir cette étape. C'est ce passage de PME à ETI qui est souvent le plus délicat. Il faut structurer différemment l'entreprise, professionnaliser certaines fonctions, parfois ouvrir le capital, penser l'international. On a sûrement quelque chose à écrire ensemble avec ces entreprises en devenir. C'est le pari que nous faisons : identifier les champions de demain et les accompagner dès aujourd'hui. Parce qu'une ETI, ça ne se construit pas du jour au lendemain. Il y a tout un cheminement, et nous voulons être présents à chaque étape de ce cheminement.

Vous parlez beaucoup de « transitions ». Lesquelles vous semblent prioritaires pour les entreprises en 2026 ?

Les transitions en lien avec l'ESG (environnement, social, gouvernance) sont prioritaires. Je crois fermement qu'une entreprise durable a plus de valeur que tout autre. Et nous voulons grandir aux côtés de ce genre de structures. La Banque Populaire a un plan stratégique (qui s'appelle ADN 2030, NDLR.) avec une forte dimension durable et responsable. Ce n'est pas du green-washing, c'est une conviction profonde. Les entreprises qui ne prennent pas ce virage aujourd'hui seront en difficulté demain. Ce n'est plus une option : les consommateurs, les investisseurs, les salariés eux-mêmes attendent que les entreprises prennent leurs responsabilités et s'inscrivent dans un temps long de façon durable.

L'eau est devenue votre « grande cause ». Pourquoi ce choix spécifique ?

Parce que c'est essentiel et que personne n'en parle assez. Je suis sûr que vous avez en tête le prix du kilowattheure, mais que vous ignorez le prix du mètre cube d'eau.

Effectivement.

Ce n'est pas normal, l'eau est une denrée très précieuse. Et quand la source se tarit, plus rien ne coule. Nous sommes la première banque du territoire à avoir intégré l'eau dans nos priorités stratégiques. C'est un engagement fort, un acte coopératif puissant. Nous organisons des réunions de notre club entrepreneurs sur ce sujet. La dernière en date, au sein du Club MedVallée était entièrement consacrée à la question et s'intitulait « La faim de l'eau », 150 dirigeants ont répondu présents. Sur ce sujet, nous assumons une forme de militantisme : réserver nos meilleures capacités d'investissement pour des projets porteurs de sens. Ainsi, nous avons accordé 3 millions d'euros au Conseil départemental des Pyrénées-Orientales pour rénover ses canalisations et réduire les fuites.

Trois millions d'euros pour des canalisations, c'est inhabituel pour une banque, non ?

C'est exactement là où je veux en venir ! Vous n'ignorez pas que sur le réseau français, en moyenne 20 % de l'eau s'échappe dans les fuites. C'est colossal sur un plan national, mais catastrophique pour une région en stress hydrique comme la nôtre. C'est donc à mes yeux un acte responsable que de financer ces projets, les rendre possibles avec toutes nos forces ! et coin de ciel bleu encore : nous avons des entreprises locales qui ont imaginé des solutions techniques notamment sur le traitement et la réutilisation des eaux, mettons-les en valeur ! Sans eau, pas d'agriculture, pas d'industrie, pas de tourisme. C'est un sujet de souveraineté territoriale. Et nous voulons être aux avant-postes de ce combat pour l'eau.

Vous avez aussi créé le « prêt zéro désert médical ».

C'est une histoire assez simple au départ. Un jour, le maire d'une petite commune des Pyrénées-



Orientales a interpellé par voie de presse le monde de la banque en disant, grosso modo, que certaines instances officielles accompagnaient les professionnels de santé, mais qu'aucune banque ne proposait quelque chose de concret. On l'a pris au mot. Le prêt zéro désert médical, c'est un taux à 0 % à hauteur de 20 000 euros pour tous les projets d'implantation dans les déserts médicaux. En 2025, nous avons accordé 250 prêts. Médecins généralistes, spécialistes, infirmiers, kinésithérapeutes... Un professionnel de santé qui s'installe est souvent accompagné d'un autre, c'est une réaction en chaîne. Quand un médecin arrive dans un village, il crée une dynamique. D'autres professionnels suivent, des commerces peuvent se maintenir, des familles décident de rester. C'est toute une économie locale qui se redynamise. C'est une petite goutte d'eau dans l'océan, mais nous avons changé l'accès à la médecine sur ces territoires. Et c'est une immense fierté pour nous.

Elle est là, votre définition de ciel bleu ?

Voilà effectivement ce que je veux dire quand je parle de « coins de

ciel bleu » : des initiatives concrètes qui changent la vie des gens, qui redonnent de l'espoir à des territoires. Et pour nous, c'est aussi un investissement dans l'avenir, fidèle à notre ADN coopératif et local !

Revenons à l'économie. Quelle sera votre enveloppe de crédit pour 2026 ?

Nous prévoyons de prêter 1,2 milliard d'euros aux entreprises, soit le même montant pour quatrième année consécutive d'ailleurs. Dans le contexte actuel, maintenir cette enveloppe, c'est un signal fort. Cela veut dire qu'on croit en notre tissu économique, qu'on croit en la capacité des entrepreneurs à rebondir, à innover, à créer de la valeur. On est partenaire de croissance, on doit jouer notre rôle, aider les entreprises à investir, à repartir dans un cercle vertueux.

Ces 1,2 milliard, comment sont-ils répartis sectoriellement ?

Nous avons une approche diversifiée. Le tourisme reste évidemment un secteur majeur pour nous en Occitanie. J'ai d'ailleurs coutume de dire que c'est notre industrie.



Nous ne pratiquons pas de discrimination sectorielle, considérant que c'est le projet original de chaque entrepreneur qui compte. En revanche, nous sommes particulièrement attentifs aux projets qui intègrent les transitions dont nous parlions. Un hôtel qui se rénove en visant l'excellence énergétique, une exploitation agricole qui passe en bio, une PME industrielle qui investit dans l'économie circulaire : ce sont ces projets-là que nous voulons soutenir en priorité.

Le tourisme est un secteur sous tension.

Le tourisme, c'est notre industrie, je viens de le dire. Et comme toute industrie, il doit se transformer. Dans le Sud, nous excellons particulièrement dans ce domaine, nous connaissons ses enjeux, ses cycles, ses spécificités. Il faut continuer à monter en gamme, être plus innovant, plus compétent, apporter des solutions. La question n'est plus de faire du volume, mais de créer de la valeur, c'est elle qui fidélise. Et pour inspirer nos clients entreprises, nous aimons les mettre en relation entre eux. Certains sont en capacité d'apporter

des solutions aux problèmes des autres. C'est toute la force de notre fonctionnement coopératif, de nos réseaux d'entrepreneurs et d'être 1^{ère} Banque des Entreprises !

Vous parlez souvent de mettre vos clients en relation. C'est un rôle nouveau pour une banque ?

C'est un rôle que nous avons toujours eu, mais que nous amplifions considérablement. Une banque n'est pas qu'un distributeur de crédit. Nous sommes au cœur des flux économiques du territoire, nous connaissons les acteurs, leurs besoins, leurs compétences. Faire se rencontrer un industriel qui cherche un nouveau débouché et un distributeur qui cherche un fournisseur local, mettre en relation un dirigeant qui veut se développer à l'international avec un autre qui l'a déjà fait, c'est créer de la valeur autrement.

Le modèle coopératif demeure-t-il un atout dans le contexte actuel ?

Pour vous répondre, je rappelle notre fonctionnement : un conseil d'administration composé de douze chefs d'entreprise auxquels je rends compte tous les mois. Cela crée une forme de contrôle

permanent, de pragmatisme mais aussi d'enrichissement. Ces douze dirigeants m'apportent leur vision du terrain, leurs préoccupations, leurs idées. Mais nous dialoguons aussi avec les autres banques mutualistes pour accompagner les sujets qui comptent sur le territoire. Être en modèle coopératif, c'est l'assurance que les décisions sont prises en conscience des réalités locales, et non depuis un siège parisien déconnecté. Et de raisonner pour un temps long, pas pour faire « des coups ».

Depuis cinq ans à la tête de la Banque Populaire du Sud, quel fil rouge avez-vous voulu suivre ?

Dès le début de ma prise de fonction, j'ai vraiment tenu à aborder la chose financière avec simplicité. Nous sommes une banque. Et à ce titre, on est souvent perçus comme des détenteurs des clés du coffre. Trop souvent, le monde bancaire est perçu comme opaque, complexe, inaccessible. Je veux casser cette image. Mais en réalité, nous sommes une entreprise soumise aux mêmes règles que les autres ! Quand je rencontre un chef d'entreprise, je veux qu'il comprenne nos contraintes,

« L'envie d'entreprendre est toujours bien présente, les jeunes générations rêvent encore de projets d'entreprise. C'est fondamental parce que cela montre que l'esprit entrepreneurial n'est pas mort, loin de là »

Cyril Brun



nos ratios prudentiels, nos obligations réglementaires. Et en retour, je veux comprendre les siennes. Cette compréhension mutuelle est la base d'une relation de confiance durable.

Quels conseils donneriez-vous aux entrepreneurs pour aborder 2026 ?

Mon premier conseil, c'est de ne rien lâcher, de ne jamais baisser les bras. L'état d'esprit pour 2026, c'est de rester optimiste, de se réinventer, de miser sur l'expérience client, de créer aussi une communauté de valeurs où l'attractivité tourne autant autour de la marque que des équipes... Qui sont elles aussi une ressource. Je ne dis pas cela au hasard : l'incarnation d'une nouvelle prise d'angle permettra aux entreprises d'avancer.

Vous employez une métaphore intéressante, celle de la libellule et du hérisson...

Oui, je suis plus convaincu par la stratégie de la libellule que par celle du hérisson. Le hérisson, se met en boule et se rétracte en cas de difficulté. Ce n'est pas une bonne stratégie pour les PME et les ETI. Se replier sur soi, attendre

que l'orage passe, c'est prendre le risque de subir donc de mourir. Il faut au contraire rester en mouvement, garder cette capacité à regarder dans toutes les directions, à saisir les opportunités qui se présentent, même si elles ne sont pas celles qu'on attendait. Comme la libellule qui est un des rares animaux des facettes sur les yeux qui lui permettent de voir à 360°. Sa capacité de vol est infinie, elle peut prendre toutes les directions possibles, en un instant être en stationnaire, partir en flèche, sauf une direction qu'elle ne sait pas prendre ... faire marche arrière. L'ouverture, l'adaptabilité et la rapidité sont donc pour moi les clés du succès.

Quelles pistes de développement recommandez-vous pour 2026 aux ETI ?

Je constate que les ETI qui réussissent ont souvent en point commun l'internationalisation : aller chercher des relais de croissance, regarder du côté de l'Espagne par exemple, qui fait preuve d'une extrême résilience. Notre proximité géographique avec l'Espagne est un atout formidable que beaucoup d'entreprises occitanes

sous-exploitent. Il y a de vraies opportunités de part et d'autre de la frontière. Miser également aussi sur l'intelligence artificielle, mais en conscience, l'intégrer là où elle crée de la valeur. Et puis, se poser les bonnes questions, interroger les transitions. Dans ce contexte un peu différent de celui du rebond de 2021, les entreprises doivent adopter une posture active, curieuse, ouverte.

Un mot pour conclure ?

Ce que je retiens de cette année qui commence, c'est qu'il y a de vraies raisons d'y croire. Non pas un optimisme béat, mais une confiance raisonnée dans la capacité de notre tissu économique à rebondir. Les entrepreneurs que je rencontre ont ce mélange de lucidité et de volonté qui me rend confiant. Ils savent que ce ne sera pas facile, mais ils sont prêts à se battre, à innover, à se transformer. Notre rôle à la Banque Populaire du Sud, c'est d'être à leurs côtés, dans cette aventure. Jouer que notre rôle mais tout notre rôle, simplement mais résolument. C'est ce qui nous permet d'être connus et reconnus, année après année, comme la première banque des entreprises.