

# Rigolo comme la vie. La filiale ÌDKids affiche ses ambitions

● **ENFANCE** Le réseau de crèches Rigolo comme la vie, filiale du groupe nordiste ÌDKids, se diversifie et envisage un nouveau maillage national et international.

**F**iliale du groupe ÌDKids (Obaïbi-Okaïdi, Oxybul), Rigolo comme la vie est l'une des marques du groupe-mère. « Cela fait partie de la stratégie d'ÌDKids d'avoir des marques orientées bénéfiques et militant pour le bien-être des enfants. C'est tout le sens du label Act for Kids qui signe notre empreinte RSE. La stratégie, c'est aussi d'offrir des services en plus des produits pour enfants du groupe », explique Jérôme Obry, directeur général de Rigolo comme la vie.

## Lien social et parentalité

Pensé comme un projet pour la fondation d'entreprise offrant du lien social, les premiers établissements se sont spécialisés dans le polyhandicap et le lien intergénérationnel, en jumelage avec des EHPAD (établissements d'hébergement pour personnes âgées dépendantes). Passant d'un business social à un modèle créateur de valeur, Rigolo comme la vie a enregistré en 2016 un chiffre d'affaires de 20 millions d'euros pour un effectif de près de 450 équivalents temps plein.

Avec l'acquisition en 2016 de l'entreprise Des étoiles plein les yeux (Marcq-en-Baroeul), la filiale est passée d'un réseau de 12 crèches à 35 établissements, soit plus de 2.500 enfants accueillis. Avec un maillage dans les Hauts-de-France, mais également à Rennes, Cesson (Seine-et-Marne) et Troyes. En juin 2016, c'est une seconde acquisition, à la barre du tribu-



**Rigolo comme la vie, filiale du groupe nordiste ÌDKids, enregistre avec son réseau de crèches et de prestations d'accueil loisirs un CA de 20 M€.**

nal, qui vient élargir le portefeuille d'action de la filiale : avec le rachat de M Animation (Villeneuve d'Ascq), Rigolo comme la vie se diversifie avec une compétence en prestation d'accueil loisirs, aussi bien dans le public que le privé. « Cela nous apporte une valeur ajoutée pédagogique et éducative », explique Laurence Six, directrice marque et réseau. La société rachetée disposant d'un

maillage régional mais aussi d'antennes à Rouen ou en encore Paris, les bases sont posées pour un développement territorial. « La culture du groupe est de se développer de façon opportune et pensée. Quand un plan d'action est validé, le déploiement est volontariste. Je ne veux pas raisonner en nombres d'implantations, mais le développement est sans limite et le secteur dans lequel

nous travaillons fait preuve de beaucoup d'inertie », fait savoir Jérôme Obry qui n'exclut pas de faire entrer dans le jeu des partenaires franchisés sur les marques retail pour sortir des Hauts-de-France ou s'appuyer encore sur les différentes filiales du groupe à l'étranger pour la création de nouveaux réseaux.

## Micro-crèches

En plus de ce maillage à développer, Rigolo comme la vie travaille aussi au projet des micro-crèches (accueil de 10 enfants maximum). Avec un résultat net négatif de 300.000 euros en 2016, conséquence de la « fusion à digérer », la filiale s'attend à renouer avec l'équilibre en 2017. Confiante, elle peut l'être. Puisqu'elle dispose du soutien des actionnaires du groupe ÌDKids fort de ses 600 millions d'euros de chiffre d'affaires, 6.500 collaborateurs et un résultat net largement positif mais non commenté. La logique d'ÌDKids étant aussi de réinvestir 25 % de son résultat opérationnel dans les projets du groupe.

Virginie Wojtkowski

## RIGOLO COMME LA VIE

(Roubaix)

DG : Jérôme Obry

Directrice marque et réseau : Laurence Six

CA 2016 : 20 M€

Effectif : 450 équivalents temps plein

[www.rigolocommelavie.org](http://www.rigolocommelavie.org)