



INDUSTRIE

[RÉMI DAUPHIN, DIRECTEUR]

« DÉVELOPPER LES ACTIVITÉS DU PLAB EN PRIVILÉGIANT LE VOLET ÉCONOMIQUE »

Nouveau directeur Plab Grand Est – ex Pôle lorrain de l'ameublement bois - depuis mai dernier, Rémi Dauphin a signé son arrivée avec un Plan coup de pouce post-Covid-19 pour accompagner les adhérents en phase de déconfinement. Pour dynamiser ce cluster de 118 entreprises du mobilier et de l'aménagement intérieur, il présente son plan d'action qui comprend la digitalisation, l'économie circulaire, et la mise en place d'une offre globale qui renforce le rôle d'apporteur d'affaires du Plab, en profitant d'un contexte favorable au made in France. Entretien.

Le Courrier du Meuble et de l'Habitat : Six mois après le début de la crise de la Covid-19, comment se porte le Plab ?

Rémi Dauphin : Les entreprises du Plab ont connu, comme tout le secteur industriel, un coup d'arrêt de trois semaines environ avec le confinement en mars. Depuis que l'activité a repris, il y a eu une forme de rattrapage sur les marchés domestiques, car beaucoup de gens se sont aperçus, pendant le confinement, que leur logement n'était adapté ni aux activités prolongées à l'intérieur, ni encore mois au télétravail que beaucoup ont découvert dans ce contexte contraignant. Il y a donc eu une reprise des achats en matière de cuisines, de salles de bains, de rangements, de mobilier de bureau... mais qui n'a pas permis pour l'instant de compenser le recul lié au confinement. Sur les marchés du contract, les chantiers et les prototypes ont pris du retard, notamment dans le secteur de l'hôtellerie et restauration qui est l'un des plus touchés

RÉMI DAUPHIN, DU DROIT À L'ANIMATION DE RÉSEAU

Originaire du Grand-Est et juriste de formation, spécialisé en droit des obligations et droit du préjudice corporel, Rémi Dauphin a commencé sa vie professionnelle au sein du cabinet Lorraine Défense, puis du cabinet de Maître **Gaëlle Marchal** à Saint-Dié des Vosges (Vosges). Il est ensuite devenu conseiller parlementaire du député **Gérard Cherpion** à l'Assemblée Nationale durant 4 ans, avant de rejoindre le cabinet de la région Grand-Est en tant que conseiller éducation/formation.



Rémi Dauphin.

par la crise, ce qui pèse sur nos entreprises positionnées sur ces marchés.

Dans ce contexte, vous avez mis en œuvre des mesures d'urgence, dans ce que vous avez appelé le « Plan coup de pouce Covid-19 ». De quoi s'agit-il ?

Le Plab est un cluster de 118 entreprises adhérentes de la région Grand Est, positionnées dans le mobilier et les aménagements domestiques et contract, qui a pour vocation de les accompagner dans la définition de leur stratégie, dans leurs projets, et dans leurs démarches, et de leur donner de la visibilité sur le marché. Dans ces circonstances tout à fait inhabituelles, nous avons élaboré un plan d'action sous forme d'ateliers ou workshops, pour les guider, et les aider à définir un cap dans la sortie de crise. Ces ateliers s'inscrivent dans 4 axes :

> Un axe « communication et marketing », pour savoir comment bien réaliser son retour à l'activité, s'adapter aux nouvelles contraintes, envoyer les bons signaux ;

> Un axe « formations techniques et transversales », pour créer de nouveaux process, valoriser de nouvelles compétences, former des salariés, ou encore optimiser les investissements pour répondre aux nouvelles demandes des différentes clientèles ;

> Un axe « financier », qui se traduit par un accompagnement des entreprises dans l'élaboration de leur business plan, et la possibilité d'être soutenues par

des fonds d'investissement privés ;

> Un axe « sécurité », qui leur permet de mieux appréhender l'ensemble des risques, de ceux qui sont liés au contexte de la Covid-19, jusqu'à ceux qui concernent le digital et la protection des données (1).

En tant que nouveau directeur général, vous voulez aussi donner au Plab de nouvelles orientations à plus long terme. Quelles sont-elles ?

Le moment est venu de concentrer nos efforts sur l'aspect économique, à savoir le développement de l'activité de nos entreprises sur les marchés publics et privés. Il n'est pas normal que de nombreuses collectivités locales, par exemple, fassent appel à des entreprises étrangères pour leurs aménagements, alors que nous avons dans notre région toutes les compétences de haut niveau et le tissu d'entreprises nécessaires pour les

« Pour réussir aujourd'hui sur le plan économique et conquérir des nouveaux marchés, il faut davantage travailler collectivement, et pas seulement de façon individuelle. »

réaliser. Bien entendu, pour remporter ces marchés, les entreprises du Plab doivent aussi s'adapter aux attentes d'aujourd'hui, moderniser leurs process, gagner en réactivité et en agilité... C'est pourquoi je leur propose dès à présent de travailler, à plus long terme, sur des chantiers structurants comme la digitalisation de leurs process : le site Internet ne doit plus être seulement une vitrine de son activité, mais un portail pour véhiculer une image, et pouvoir échanger avec ses clients, et leur proposer les services qu'ils attendent aujourd'hui. Ce site Internet doit aussi être un support pour accroître sa présence sur les réseaux sociaux, et sa visibilité.



Stand du Plab Grand Est sur le salon Equiphotel 2018.

Vous voulez aussi favoriser l'environnement et la créativité...

Nous voulons aussi amener les entreprises adhérentes sur le chemin de l'économie circulaire, qui est l'une des grandes mutations qui se préparent. Il faut dès aujourd'hui accélérer l'utilisation des matériaux issus du recyclage, et vertueux pour l'environnement,

tamment les artisans, et le monde de la création, celui des designers, des graphistes et des artistes, très actifs dans notre pays et notre région, mais pas assez utilisés par manque de passerelles entre les mondes de l'entreprise et de l'art.

En termes de savoir-faire, de qualité de fabrication, les entreprises adhérentes au Plab à titre individuel sont souvent des références. Mais le cluster a-t-il vocation à aller plus loin dans son organisation collective pour conquérir de nouveaux marchés ?

Pour réussir aujourd'hui sur le plan économique, et conquérir des nouveaux marchés, il faut davantage travailler collectivement, et pas seulement de façon individuelle. Développer cette approche collective est l'une de mes priorités. Pour cela, nous avons déjà pris l'initiative de créer une plateforme inédite d'échanges et d'entraide des adhérents, qui favorise le travail en réseau. Elle leur permet de poster des annonces concernant des postes à pourvoir, des mises à disposition de salariés, des propositions de mutualisation des investissements, des besoins en matériels ou en prestations... L'idée est qu'on ne doit pas perdre un marché – par exemple un établissement hôtelier, ou un ensemble immobilier – parce qu'on ne maîtrise pas un des savoir-faire demandés, mais



au contraire aller le chercher à l'intérieur du cluster, tout en envoyant aux donneurs d'ordre le message que le Plab peut mobiliser de nombreux métiers pour leur donner satisfaction.

Est-ce qu'on pourrait imaginer une offre globale émanant du Plab ?

Cela existe déjà de façon ponctuelle. Par exemple, si un hôtel a besoin d'un aménagement intérieur neuf ou de refaire son architecture d'intérieur, nous pouvons constituer un groupement d'entreprises pour répondre à sa demande, mais ce sera un groupement momentané. Ce que je souhaite, c'est aller plus loin en créant un système permanent qui permette aux entreprises de répondre collectivement et de façon systématique aux marchés. L'un de mes projets est donc d'établir des règles de fonctionnement globales pour que chaque entreprise adhérente en tire bénéfice, dans le respect des intérêts de chacun. Cela permettrait au Plab de faire un grand pas en avant en tant qu'entité apporteuse d'affaires, et de mieux vendre nos savoir-faire, en France et à l'export, auprès des donneurs d'ordres publics et privés, et des cabinets d'architecture. Cette offre globale est l'un des points clés de notre stratégie



Manufacture Counot Blandin.

triennale qui démarrera en janvier 2021.

Certains adhérents du Plab ont obtenu, en décembre 2016, l'Indication Géographique (IG) Le Siège de Liffol. Quelles sont les retombées de ce label ?

Je rappelle qu'il s'agit de la première Indication Géographique à être attribuée en France à des produits artisanaux et industriels, et ce label est attribué sur des critères très stricts : les entreprises titulaires doivent être implantées sur un territoire géographiquement délimité à trois départements, les Vosges, la Haute-Marne et la Meuse, 165



Savoir-faire de sculpture (Collinet Sièges).

communes et appartenir à 13 métiers. Le cahier des charges contient 23 étapes de fabrication, qui relèvent de la tradition lorraine du siège, que chaque entreprise labellisée s'engage à respecter, ce qui est validé par un audit de contrôle effectué chaque année par un organisme agréé (2). Il s'agit d'une thématique qui intéresse beaucoup les consommateurs, ce que nous avons pu vérifier à l'occasion du partenariat que nous avons signé avec l'émission La maison France 5, diffusée sur cette chaîne les vendredis (à 20h50), et les samedis (à 11h30 et 21h25). Le spot sur l'Indication Géographique, qui a été diffusé avant et après l'émission de début

avril à mi-juin 2020, s'est traduit par un nombre de visiteurs multiplié par 8, et un nombre de pages vues multipliées par 9, entre juin 2019 et juin 2020, sur le site dédié au label.

On parle aujourd'hui beaucoup du retour au made in France. Comment comptez-vous bénéficier de cette tendance ?

Il s'agit véritablement d'une opportunité à saisir, car elle rejoint des valeurs que le Plab défend depuis toujours. Je salue au passage la pertinence et la qualité de la campagne « Meublez-vous français », portée par l'Ameublement français, cet été. Nous devons

aujourd'hui valoriser le meuble français, qui est fabriqué avec des savoir-faire de qualité, des matériaux plus respectueux de l'environnement, en maintenant ou créant des emplois locaux, avec des normes sociales plus strictes, et qui génère moins de gaz à effet de serre que les produits importés. Ces arguments pèsent de plus en plus dans les décisions d'achat des consommateurs, en France et en Europe. Mais cela implique aussi un changement dans la logique d'achat : ce mobilier français est nécessairement plus cher à l'achat, notamment, qu'un produit fabriqué en Asie, mais il est plus durable. Il est aussi plus sûr et beaucoup plus respectueux de la nature, des forêts, des ressources, et plus valorisant en termes de décoration. A nous de faire valoir ces arguments devenus très porteurs.

[Propos recueillis par F.S.]

(1) Le financement de ces ateliers est pris en charge à hauteur de 28 à 45 % par le Plab Grand Est, grâce aux financeurs tels que la commune de Liffol-le-Grand, la région Grand Est et le Fonds européen de développement régional (FEDER).

(2) 9 entreprises adhérentes au Plab détiennent aujourd'hui ce label : Vosges Contract, Création Vidon Gerlier, Atelier Club Spirit, Néo Sièges, NA Souchet, Henryot & Cie, Jean-Pierre Besse manufacture de Sièges, Pierre Counot Blandin et Sofart, sans oublier le centre de formation Afpia Est-Nord.