



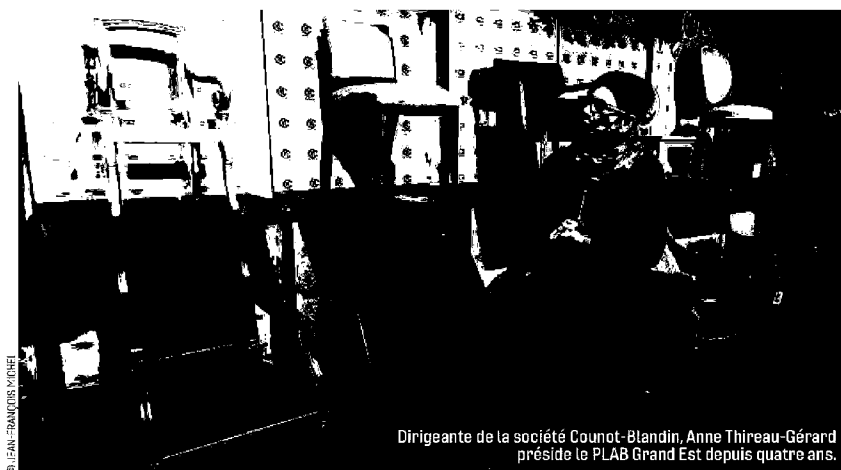
L'ACTU Trois questions à...



© JEAN-FRANÇOIS MICHEL

ANNE THIREAU-GÉRARD est la dirigeante de la société Counot-Blandin à Liffol-le-Grand, et assume la présidence du PLAB Grand Est, structure dédiée à la filière ameublement et aménagement. En Lorraine, le « meuble » pèse 500 M€ de CA annuel pour 581 entreprises.

« Nous voulons créer un musée du siège de Liffol »



© JEAN-FRANÇOIS MICHEL

Dirigeante de la société Counot-Blandin, Anne Thireau-Gérard préside le PLAB Grand Est depuis quatre ans.

PROPOS RECUEILLIS PAR
Jean-François Michel

1 À quoi va servir cette vitrine « Siège de Liffol », lancée par le PLAB le 4 juin ?

Anne Thireau-Gérard : La réflexion a été lancée il y a maintenant plus de deux ans, avec les équipes du PLAB Grand Est, la structure régionale d'animation économique dédiée à la filière ameublement, lorsque nous avons décroché l'indication géographique pour le siège de Liffol, en 2016. À l'époque, nos entreprises ont beaucoup communiqué, puis des touristes sont venus à Liffol pour découvrir notre savoir-faire. Mais nos entreprises sont ouvertes pendant les heures de bureau, et le week-end, il n'y avait rien à voir. C'est pour cela que nous avons créé ce petit showroom,

« Les entreprises du secteur commencent à comprendre l'intérêt de travailler en filière. »

situé à l'entrée de la commune de Liffol-le-Grand (88), qui présente sur 37 m² les réalisations de neuf entreprises qui sont rentrées dans l'indication géographique. Concrètement, cette vitrine doit permettre au grand public, de passage à Liffol, de comprendre qu'il y a dans cette région un savoir-faire unique. L'entrée dans le showroom est commune avec celle d'un bar-tabac situé un peu en retrait, ce qui nous permet d'avoir 72 heures d'ouverture par semaine, grâce à l'implication de la gérante, Patricia Cotteny Hance, qui accueillera les visiteurs.

2 Est-ce que l'obtention de l'indication géographique a permis de développer l'activité des entreprises labellisées ?

A. T.-G. : L'impact n'est aujourd'hui pas quantifiable. Ce que je peux vous dire de concret, c'est que nos carnets de commandes sont pleins pour toute l'année. Depuis trois ans, dans mon entreprise, Counot-Blandin, nous avons beaucoup communiqué, notamment pour les 80 ans de l'entreprise, à travers les réseaux sociaux, – nous avons par exemple 20 000 abonnés sur Instagram – et aussi à travers l'indication géogra-

phique. On sent que la dynamique est bonne, chaque action nous permet de nous replacer sur la carte, notamment au niveau régional, parce que nous avons besoin d'attirer les jeunes et de susciter des vocations pour travailler dans nos entreprises. Autre élément, les entreprises du secteur commencent à comprendre l'intérêt de travailler en filière, alors que chacun avait tendance à travailler dans son coin. L'héritage du bois est très fort autour de Liffol, et pour respecter les 23 étapes exigées par l'indication géographique « Siège de Liffol », nous avons besoin de 13 métiers d'art. Cette exigence de qualité trouve aujourd'hui un écho dans les mentalités du grand public. L'idée de consommer durablement fait son chemin chez des consommateurs qui ne cherchent plus seulement un prix, mais de la qualité.

3 Quelle sera la prochaine étape pour continuer à communiquer autour du siège de Liffol ?

A. T.-G. : Après cette première vitrine, la suite logique est de créer un musée permanent, qui nous permettrait, à travers une belle exposition, de montrer l'étendu de notre savoir-faire. Dans nos entreprises, il y a des trésors cachés... Pendant les Journées des métiers d'Art, nous avons déjà l'occasion d'ouvrir nos entreprises, mais il faut en faire plus, créer des circuits touristiques avec une offre qui positionne le siège de Liffol comme une visite incontournable. Mais c'est un projet qui demande un travail de longue haleine, avec une première étape qui consiste à trouver le local idéal. ■