



Numéro **149**[★]
ANNIVERSAIRE

verre&protections^{mag}

L'ACTU VITRAGE, FENÊTRE ET FERMETURE



Tryba cède la menuiserie Thareaut au groupe Ateliers de France



Entretien croisé avec André Liébot et Bruno Léger



Le groupe Devglass acquiert Dania Vitrage



Le groupe Pando mène une importante opération de croissance externe

Autrement dit

Verre & protections vous propose à chaque numéro un questionnaire un peu décalé d'une personnalité. Une manière différente d'élaborer le portrait d'un acteur de nos professions.

Ce mois-ci, c'est **Tristan Vienne**, directeur commercial de Jeld-Wen, qui s'est plié à l'exercice...

Tristan Vienne

Votre mot préféré de la langue française ?

« "Persévérance". Certainement pas le mot le plus séduisant de la langue française, mais c'est celui qui me définit le mieux et c'est pour moi un trait fondamental chez un individu. La persévérance ouvre le champ des possibles. C'est une valeur dans le travail, dans le sport, dans l'éducation et dans la vie en général. Derrière la persévérance, il y a la notion d'agilité, autre compétence clé dans nos métiers aujourd'hui ».

Une entreprise de la profession que vous aimeriez citer en exemple ?

« Polyrey est sans conteste un partenaire privilégié qui nous ressemble à plus d'un titre. Une entreprise familiale, appartenant désormais à un groupe international mais qui reste fière de son histoire et proche de ses racines. Et s'il ne fallait citer qu'un confrère, ce serait Cofim. Son dirigeant, Valentin Carrelet, est un homme à la fois humble et ambitieux. Qualités qui sont malheureusement rarement associées. Il a fait de sa société en quelques années un acteur incontournable de notre profession et ne compte pas s'arrêter là ».

Un vin ou une boisson à partager avec un client ?

« Au risque de paraître rabat-joie, je pense qu'un verre n'est pas forcément le ferment idéal d'une belle rencontre avec un client. Un des moments que je préfère lors d'une première rencontre avec un client, c'est qu'il me fasse visiter son entreprise et qu'il me raconte son histoire ».

Un mets à partager avec un fournisseur ?

« Peu importe le plat, c'est l'échange qui importe. Et j'aime retourner l'invitation à nos partenaires, et sortir ainsi de cet usage un peu désuet qui veut que ce soit le fournisseur qui invite ».

Votre meilleur souvenir professionnel à ce jour ?

« Il y a tellement de moments forts dans une carrière qu'il est très difficile d'en détacher un. Mes meilleurs souvenirs restent cependant les fois où j'ai passé le flambeau à un membre de mon équipe pour aller poursuivre une autre mission au sein du groupe Saint-Gobain. Transmettre son savoir et faire évoluer ses collaborateurs ont toujours été des moteurs depuis que je suis manager ».

Un mot ou une phrase définissant le mieux une porte ?

« "Complexe". 400 options rentrent dans la composition d'une porte, donc potentiellement 400x10n combinaisons possibles... La porte est donc un produit particulièrement délicat à industrialiser. »

Le mot ou l'expression qui a votre préférence ?

« "Faire mieux, chaque jour". Apprendre, progresser sans cesse, dépasser les objectifs. Voilà ce qui m'anime au quotidien. Sur le plan personnel, comme professionnel. Dans le sport, l'âge met inévitablement un frein à la performance. Dans le domaine professionnel, en revanche, l'âge devient un atout car il est synonyme d'expérience et, par conséquent, d'efficacité ».



Le métier que vous auriez réellement pu exercer en dehors du vôtre ?

« Architecte. Le béton, le verre, le métal, le bois... J'aime les matériaux et les formes. Depuis plus de 15 ans, je vends des produits qui trouvent leur place dans la maison, mais j'aurais aimé concevoir des lieux de vie qui s'inscrivent harmonieusement dans leurs environnements et rendent leurs habitants heureux. J'adore notamment le travail de Mies van der Rohe, architecte avant-gardiste dont le travail n'a pas pris une ride ».

La plus belle réalisation architecturale contemporaine à vos yeux ?

« Je suis plus sensible à l'architecture résidentielle qu'à celle des bâtiments publics ou commerciaux. Si je devais cependant citer un ouvrage en particulier, bien que ce ne soit pas le plus majestueux, je mettrais en avant le pont Chabans, à Bordeaux, ville que j'affectionne puisque j'y réside. Sa conception ainsi que sa réalisation ont relevé du défi technologique et son mécanisme de levage est à la fois esthétique et particulièrement ingénieux ».

La plus belle réalisation architecturale non contemporaine à vos yeux ?

« La tour Eiffel. Symbole de l'architecture moderne qui fait à la fois partie de l'actualité et de notre patrimoine ».

Le sport dont vous auriez aimé être champion du monde ?

« La boxe thaï. Je pratique ce sport depuis 25 ans et il a rythmé ma vie durant tout ce temps. Derrière l'image "mauvais garçon" qu'elle véhicule, la boxe est un sport de valeurs fortes. Le travail, l'humilité, la persévérance... Quand on a combattu sur un ring, on peut tout affronter ».

Votre dernier achat "coup de cœur" ?

« Un comble... J'ai racheté un vélo de mon ancienne marque, devenu collector ».

La demande précise que vous formulerez pour la profession si vous rencontrez le Président de la République ?

« Un plan de relance ambitieux pour l'industrie du bâtiment. Les enjeux économiques, démographiques et climatiques rendent inacceptable l'immobilisme actuel ».

Quel mot symbolise le mieux votre métier ?

« L'engagement. J'ai été chef d'entreprise durant près de dix ans avant de devenir salarié, mais j'ai toujours gardé cet esprit entrepreneur dans tous les postes que j'ai occupés, m'investissant comme s'il s'agissait de ma propre boîte ».

La question des journalistes qui a votre préférence ?

« "Quand pouvons-nous venir visiter vos usines ?" Recevoir des journalistes ou des clients dans nos usines est toujours un plaisir, une marque d'intérêt pour les collaborateurs qui travaillent dans l'ombre et une source d'échanges enrichissants ».

La question des journalistes qui vous dérange le plus ?

« "Comment voyez-vous le marché l'année prochaine ?". Ces dernières années nous ont montré à quel point il était difficile de prévoir l'évolution d'un marché. À peine bouclé, un budget est déjà faux. Ce qui compte, c'est d'avancer plus vite que les autres. Et j'aime l'idée que, dans ce domaine, l'efficacité commerciale peut faire toute la différence ».

Ce que vous aimez le moins dans ce magazine ?

« Le magazine est parfois très dense mais est-ce vraiment un défaut... il reflète de manière très détaillée l'actualité de notre secteur d'activité et les journalistes sont toujours à l'écoute. C'est également pour moi une excellente source d'information puisque je suis arrivé récemment dans le monde de la menuiserie ».

Ce que vous aimez le plus dans ce magazine ?

« Son concept clair et parfaitement équilibré autour des trois grandes thématiques principales : vitrages, menuiseries et protections – avec une très bonne couverture transversale de toute l'actualité des entreprises actives dans ces trois métiers. La page LinkedIn est également très bien animée et permet de relayer toute l'actualité de notre secteur en temps réel ».

L'actualité la plus récente de Jeld-Wen ?

« Il y a quelques mois, nous lançons notre Offre Premium Huisseries permettant de répondre aux impératifs chantiers avec un départ usine en 72 h de toute une sélection d'huisseries dans différentes sections et hauteurs de talon.

Pour compléter cette offre en délais courts, nous nous apprêtons à lancer ce même service pour les portes stratifiées de la Collection Jeld-Wen (plus de 50 finitions stratifiées en tons unis et tons bois tenues en stock permanent).

Ce service permet à nos clients de s'adapter aux contraintes des plannings de chantiers. La commande se fait alors en quelques clics, il suffit de compléter le bon de commande dédié et de l'envoyer par mail. Grâce à un flux dédié, la commande est traitée et fabriquée en un temps record avec une livraison sur chantier ou dépôt selon le choix du client ».

Votre actualité à vous la plus récente ?

« Un projet de maison. Ce sera le septième. On dit souvent qu'il faut faire trois maisons pour arriver à faire la bonne... il m'en aura fallu un peu plus ! Et puis les envies comme les besoins changent au cours de la vie. C'est drôle, avant de travailler chez Jeld-Wen je ne me suis jamais vraiment intéressé aux portes intérieures d'une maison. La porte n'est d'ailleurs pas un produit très affectif en France, contrairement à d'autres pays.

Maintenant que je suis sensibilisé au confort et à l'esthétique des produits que nous proposons, les portes seront sans aucun doute des éléments de choix dans ce projet ! ».

Tristan Vienne

Passionné de VTT depuis mes 12 ans, je me suis orienté vers des études d'ingénieur afin de concevoir des cadres et des accessoires de vélo. Mon projet de dernière année – la conception et la commercialisation d'un cadre de vélo – s'est concrétisé par la création d'une marque. C'est une très belle aventure qui a duré huit années. Je supervisais la conception et le marketing, gerais le sourcing et les ventes à l'international et mon associé s'occupait de la distribution en France, du sponsoring des pilotes et du relationnel avec les médias.

En 2007, nous avons ressenti l'un comme l'autre le besoin de faire autre chose et l'opportunité s'est présentée de revendre la marque.

J'ai ensuite travaillé deux ans en Andorre à développer l'international et le sourcing pour un groupement de marques de vélo, mettant à profit les compétences acquises et le réseau établi précédemment.

De retour en France en 2010, je suis rentré dans l'enseigne CVC du groupe Saint-Gobain. Clim+ était alors une start-up rachetée quelques temps auparavant par le groupe. Un gros potentiel de développement dans un marché émergent, mais peu d'agences rentables et une stratégie à construire.

Le DG de l'époque cherchait des profils entrepreneurs, techniques et dynamiques et mon passé de chef d'entreprise orienté résultat l'a séduit.

Rentré comme responsable d'agence à Bordeaux j'ai rapidement pris la direction régionale de l'Aquitaine, puis de la façade Atlantique. Avec à peine 100 M€ dans un groupe qui faisait plus de 40 milliards, mais nous avions une autonomie et une agilité fantastiques.

Nous ouvrons cinq à sept agences par an en France et il fallait les rentabiliser en deux ans. Aujourd'hui, Clim+ est le leader dans la distribution de produits de climatisation aux professionnels.

Après huit années passées sur des postes opérationnels chez Clim+, poussé par Olivier Mercadal, l'actuel PDG de SGDBF, j'ai repris la fonction de directeur marketing chez Cedeo. Extrêmement instructif, mais je me suis vite rendu compte que mon truc c'était d'aller au combat avec les équipes, de les faire évoluer et de produire de la valeur.

On m'a donc confié un poste de directeur régional sur un périmètre plus important que précédemment à l'Asturienne, spécialiste de la couverture. Cent collaborateurs pour 100 M€ de CA et le challenge de stabiliser le second secteur de l'enseigne en termes de rentabilité.

Pas simple pour moi qui avais toujours repris des secteurs en difficulté ou réalisé des créations. En un an, le sud-ouest est passé en tête en termes de rentabilité et de progression de CA. Les deux années suivantes ont permis de consolider la performance. J'ai adoré Saint-Gobain, mais après treize années passées dans la distribution, j'ai eu envie de découvrir l'industrie de l'intérieur. S'est présenté le projet de Jeld-Wen avec une équipe et un projet européen qui m'ont séduit. Cela fait bientôt deux ans et nous sommes en train d'écrire, ensemble, une belle page de l'histoire de Jeld-Wen France.