

Michel Vié (Résidences Trigano)

« Nous voulons figurer parmi les trois premiers constructeurs » d'ici deux ans

Numéro 1 européen du véhicule de loisirs avec un chiffre d'affaire qui frise le milliard d'euros, le groupe Trigano n'est pas encore parvenu à s'imposer parmi les leaders de la résidence mobile. Une situation qui pourrait bien changer avec l'arrivée de Michel Vié nommé l'an dernier à la direction générale de Résidences Trigano et celle de Stéphane Scherrer le nouveau Directeur Commercial. Ils se donnent deux ans pour réaliser un objectif ambitieux, placer la marque parmi les trois premières du marché. Pour y parvenir ils comptent sur une gamme de produits évolutifs, de nouveaux partenariats, mais aussi des perspectives de développement à l'étranger.

Décisions HPA : Récemment nommé à la tête de Résidences Trigano, vous avez dû rapidement prendre la mesure de vos fonctions et des objectifs à atteindre. Comment abordez-vous ce nouveau cap ?

Michel Vié : Il faut être challenger, je suis convaincu que Résidences Trigano a sa place parmi les leaders français. Notre objectif est d'être parmi les trois premiers constructeurs d'ici deux ans. Bien entendu pour atteindre notre but, la direction du groupe m'a donné les moyens humains et financiers pour dynamiser nos ventes et fidéliser nos nouveaux partenaires. Mais un tel pari ne doit pas se jouer seul, je compte aussi beaucoup sur le travail d'équipe. Il était temps d'agir, vu l'évolution du marché car le nombre de constructeurs va très probablement diminuer et de nouvelles concentrations vont apparaître, à l'image d'IRM et O'Hara. Le groupe Trigano veut donc naturellement se placer parmi les acteurs majeurs de la résidence mobile.

D.HPA : Vous parlez de nouveaux « moyens humains » et de « travail d'équipe ». Entendez-vous par là une réorganisation complète du pôle administratif de Résidences Trigano ?

M.V. : Oui, absolument, à commencer par

le poste que j'occupe actuellement et qui n'existait pas auparavant. Sous ma direction, une nouvelle équipe mieux structurée a vu le jour, composée d'un Directeur Commercial, Stéphane Scherrer, avec qui je travaille en étroite collaboration, puis un Directeur Industriel, Robert Chalessin, qui gère le site de Valence, les relations avec l'usine de Mamers et les expéditions. Notre nouveau service Marketing et Communication accueille Adélaïde Hays dont le travail est totalement en phase avec notre politique de développement et notre volonté d'apporter à Résidences Trigano une forte notoriété, à travers les salons, les réunions d'échange, le web... Enfin, le bureau d'étude a été revalorisé avec à sa direction Denis Bègue, au même titre que le SAV. Ce dernier œuvre pour une meilleure qualité de service avec des équipes techniques, administratives et de suivi étoffées, mais également un réseau de sous-traitants renforcé.

D.HPA : Vous n'avez rien prévu pour le service final au client, pour le gestionnaire de camping ?

M.V. : Si, j'y viens. Pour accompagner le gestionnaire, nous allons travailler avec Trigano Service, sur Internet. Il s'agit d'un service on-line qui intègre déjà toutes les fournitures et pièces détachées pour les



Michel Vié, le nouveau directeur général (à droite) et Stéphane Scherrer, directeur commercial.

camping-cars et caravanes du groupe Trigano, et qui sera désormais opérationnel pour les mobil-homes. Ainsi, le gestionnaire pourra commander en direct des pièces de rechange, qu'elles soient encore sous garantie ou pas. Il pourra suivre sa commande en temps réel. Les grands clients bénéficieront par ailleurs d'un accès privé.

D.HPA : L'un des leaders du secteur a opté pour un axe de développement éthique (environnement, développement durable..) qui semble payer. Avez-vous mené des réflexions dans ce sens, autour d'un axe qui démarquerait Résidences Trigano des autres fabricants ?

M.V. : Deux stratégies ont été mises en place. Dans un premier temps, nous avons adopté la politique environnementale du groupe Trigano qui vise à réduire les déchets sur nos sites de production,

après de nos fournisseurs et des distributeurs. Ensuite, notre enseigne, Résidences Trigano, a décidé de se lancer dans une démarche HQE (Haute Qualité Environnementale). À terme, nous visons la certification Iso 14001 pour nos sites de production. Pour améliorer la qualité et le processus de fabrication, nous sommes aussi en cours de certification avec le bureau Véritas pour l'obtention de la certification Iso 9001 d'ici janvier 2009, norme Afnor de qualité. Aujourd'hui, nos produits sont beaucoup plus aboutis et très compétitifs en prix. Cette remise à niveau est passée par une totale refonte de la gamme locative Sympa, désormais rebaptisée Évolution.

D.HPA : Évolution n'est probablement pas un nom choisi par hasard. Mais qu'est-ce qui la distingue de l'ancienne gamme locative ?



Robert Chalessin, directeur industriel, gère les usines de Valence et de Mamers agrandies à 5000 m².

M.V. : Cette volonté du changement de nom pour la gamme locative « Sympa » en « Évolution » est venue de Stéphane Scherrer. Nous présentons aujourd'hui une gamme entièrement nouvelle, avec 6 plans à salon central, des ambiances et une déco plus dynamique, qui s'apparente aux produits résidentiels, mais conserve un cahier des charges strict pour le professionnel (tarif, équipements de classe A...). Évolution est aussi synonyme de mutation constante, de capacité à changer chaque année pour s'adapter au mieux au marché des professionnels du camping. Deux fois par an, et notamment quand une nouvelle collection sort, nous n'hésitons pas à réunir quelques bons clients, gérants de camping, pour composer des groupes de travail et recueillir leurs critiques. La dernière convention de Juin nous a ainsi permis de revoir quelques ambiances et implantations avant leur présentation finale sur les salons à venir comme Atlantica et le SETT, mais aussi le Bourget pour les particuliers.

D.HPA : La gamme Evolution semble séduire les gestionnaires. Existe-t-il déjà des produits phare dans la collection 2009 ?

M.V. : Tout d'abord cette collection Évolution affiche une tarification en baisse pour des produits plus aboutis et en phase avec la rentabilité attendue par le gérant. L'ambiance Parme colorée de rose acidulé plait beaucoup, mais c'est la nouvelle

Chocolat, plus classieuse, qui fait l'unanimité. Le modèle le plus réclamé reste l'Évolution 31 trois chambres et l'Évolution 27 deux chambres avec son petit cellier. Pour les petites parcelles, l'Évolution 24 (6,10 x 4,00m - 24m²) a trouvé de nombreux preneurs. Et enfin, l'Évolution 31 TI à terrasse intégrée fait recette dans les Landes et le Pays Basque. Toujours dans cette idée d'améliorer l'intégration, nous avons progressé sur le choix des matériaux et les coloris de bardages. Nous avons mis au point un nouveau vinyle imitation bois en frêne clair et hêtre, qui peut recevoir toutes les couleurs de lasures, près de 200 nuances. Le bois massif est aussi très demandé dans le Lot et en Ariège. Pour le reste, nous poursuivons toujours notre partenariat avec Loisirs Finance qui accompagne le professionnel dans son projet, pour monter son plan de financement. En somme, je peux dire que la collection a été particulièrement bien accueillie. La qualité est à la hausse et les prix à la baisse. Alors, très logiquement, les commandes s'en ressentent !

D.HPA : Quels sont vos nouveaux objectifs de vente ?

M.V. : Nous avons réalisé 35% de croissance par rapport à la collection 2007. Cette saison, l'objectif est de 40% de croissance. Le carnet de commande nous laisse même espérer 50% en 2010 par rapport à 2009. En début d'année, la part



Elégante, parée de rayures azur et camel, l'ambiance Chocolat fait l'unanimité chez les gestionnaires.

du locatif était de 35% contre 65% en résidentiel, un ratio que je souhaite inverser. Le dernier trimestre (du 1er septembre 2007 au 31 août) va dans ce sens puisque nous sommes passés à 50% pour le locatif. Et d'ici fin 2008, nous espérons 60%.

D.HPA : Les chaînes de production de Valence et de Mamers seront-elles à même de fournir les quantités demandées ?

M.V. : Afin de répondre à nos récentes commandes sur la gamme Évolution 2009, nous allons doubler les capacités de production de l'usine de Mamers avec une nouvelle ligne de 5000m², autant de stockage et d'espace en parc. La chaîne sera opérationnelle au 15 novembre. Par ailleurs, nous avons aussi une nouvelle usine en projet à Valence. Concrètement, le terrain est prêt. Ces infrastructures seront nécessaires pour sortir les 3500 à 4000 pièces que nous ambitionnons de fabriquer d'ici deux ans.

D.HPA : Quelles sont vos nouvelles cibles en matière de partenariat ? Plutôt des chaînes de camping ou bien des groupes de distribution ?

M.V. : Bien entendu, tous les grands acteurs du marché du mobil-home qu'ils soient campings ou distributeurs. Fidèle à nos premiers contrats, nous travaillons toujours avec la chaîne Siblu et avons récemment signé un contrat de 200 uni-

tés avec le groupe Proméo pour le modèle Évolution 31 en trois chambres. Des discussions avancées sont en cours avec d'autres partenaires, notamment européens. Pour l'heure, Résidences Trigano est présent en Espagne, au Portugal et en Suisse et nous avons encore des projets à développer à l'Est, en Pologne et en Croatie. Quant à notre réseau de distribution, il est multimarques. Certains entrent, d'autres sortent, on le fait vivre. Mais en règle générale nous préférons qu'il soit restreint et efficace.

D.HPA : Vous évoquez tout à l'heure les salons d'Atlantica et le SETT de Montpellier, des rendez-vous professionnels majeurs, mais aussi de bons tremplins. Comptez-vous y présenter un nouveau produit ou une nouvelle stratégie de développement marketing ?

M.V. : Pour Atlantica, nous prévoyons de doubler notre surface d'exposition avec 7 modèles au total, issus des gammes Évolution, mais aussi Bastide et Horizon pour nos clients campings résidentiels et PRL. Pour découvrir la vraie surprise, il faudra attendre le SETT où sera exposé un tout nouveau modèle encore jamais vu, qui devrait répondre à de nombreux problèmes techniques et environnementaux. Soyez sûrs que nous sommes autant impatients que vous de le voir en relief. ■

Annabelle LE DOLÉDEC

La garantie d'un fabricant français

Présent aux Salons Atlantica, Heli B et SETT

Clairival

TERRASSES

091 98 31 00 - 31, Chemin de Prizogay
 31100 - 31100 - 31100 - 31100 - 31100 - 31100
 Email : terrasses.clairival@orange.fr
 www.terrasses-clairival.com

