

PAROLES DE DIRIGEANT D'ENSEIGNE...

David SOULARD, Directeur Général, Meubles Gautier



GAUTIER

David SOULARD,
Directeur Général, Meubles GAUTIER

David SOULARD, vous êtes directeur général des Meubles Gautier, une entreprise française familiale, dont la production est réalisée en Vendée. Quand a-t-elle été créée ? Quelles sont vos activités ?

Gautier a été fondée par mon oncle, Patrice GAUTIER, il y a 60 ans dans l'ameublement de la chambre pour enfants. C'est le baby-boom, le règne de « l'enfant roi » qui transforme la consommation des Français. Puis les années 80 ont été fatales à la suite de la crise pétrolière, l'entreprise dépose le bilan. Gautier est redevenue familiale en 2000 lors du rachat de l'entreprise par mon père Dominique SOULARD.

Notre production est réalisée dans nos deux usines vendéennes. #FrenchFab

Nous sommes des ébénistes industriels et nous avons depuis quinze ans développé un réseau de magasins en franchise qui exprime l'ensemble de nos savoir-faire de designer/fabricant de meubles. Nous fabriquons de la chambre d'enfants, en passant par la salle à manger, le salon, le dressing et la chambre pour adultes. Nous sommes des aménageurs de la maison.

La crise de la Covid a profondément impacté la vie des Françaises et l'activité des commerçants. Mais, le secteur de la maison a plutôt bénéficié de la plus forte présence des Français à leur domicile. Quels ont été pour votre entreprise les points marquants entre 2020 et 2021, les difficultés et les opportunités ?

Nous avons dû arrêter nos usines le 17 mars 2020 et ceci pour deux mois. Nos clients se sont ensuite rués dans nos magasins. Nous avons d'abord cru à un rattrapage mais la consommation a été bien au-delà. Nos clients ont passé plus de temps dans leur maison pendant des semaines et ont pu constater leur manque de rangement. Ils ont réorganisé leur logement pour pouvoir y télétravailler ou mieux y vivre tous ensemble, en même temps.

De plus, nous avons ressenti un fort retour au made in France. Plus de 50 % des personnes qui franchissent la porte de nos magasins se préoccupent de l'origine de fabrication de nos produits. Gautier a toujours été made in France mais cette crise a été un énorme booster pour la mise en avant de l'origine de fabrication des produits. C'est évidemment un plus important pour nous et nos capacités de production.

Cette période vous a-t-elle permis d'accélérer, d'innover, de vous transformer plus vite ? Et sur quels aspects ?

Durant le second confinement, puis le troisième, nous avons osé. Nous avons osé proposer à nos clients des visios, des finalisations de leur projet par téléphone, tout ceci en lien avec notre nouveau logiciel 3D compositeur, que nous avons développé avec Dassault Système et INSPI.

L'équipement de la maison est dynamique. Pensez-vous que cela soit durable ? Quels sont les enjeux des prochaines années pour les meubles Gautier ?

Oui, nous pensons que l'univers de la maison continuera d'être dynamique surtout pour le made in France et les entreprises qui sauront s'adapter aux besoins du marché. Dans ce contexte, les enjeux pour Gautier dans les prochaines années sont les investissements dans les usines ainsi que dans les hommes et les femmes qui permettront à Gautier de rester agile, continuer d'être à l'écoute des clients et adapter les réponses et produits aux évolutions des modes de vie et des attentes des consommateurs.

Le marché est très imprévisible et pourtant il faut continuer à proposer un produit disponible le plus rapidement possible. Cela présente évidemment des difficultés mais c'est un fait.

La consommation ira toujours plus vers l'instantanéité et le client n'attendra pas.

On parle beaucoup de RSE aujourd'hui, quels sont les sujets prioritaires pour vous dans ce domaine ?

Gautier est vert, notre logo est vert depuis très, très longtemps. Nous avons toujours œuvré pour que notre fabrication ait le moins d'impact sur notre environnement, mais aussi sur les ressources. Ainsi, nous avons travaillé pour intégrer des meubles recyclés dans nos offres.

La RSE est l'un des piliers majeurs de Gautier. Une démarche qui n'est pas récente et ne résulte pas de la crise Covid. De ce point de vue, nous avons largement anticipé, cela fait partie intégrante de notre ADN. Et, nous avons un temps d'avance sur le marché dans ce domaine.

En termes de priorités de développement, la Covid en a-t-elle changé certains aspects ? Quelles sont vos ambitions pour les prochaines années en France comme à l'international ? Quels sont vos modes de développement : succursales ? franchise ?

Nous exploitons aujourd'hui 120 magasins dont 77 en France. Notre mode de développement s'appuie sur la franchise. Nous choisissons nos partenaires, comme ils nous choisissent. Nous devons partager les mêmes valeurs pour ainsi développer la marque et sa reconnaissance partout en France. Nous allons encore ouvrir une trentaine de magasins d'ici quatre ans. En 2020, nous avons ouvert une première boutique à Paris dans le 15^e ; un format urbain de 150 m² alors que le magasin habituel en périphérie est d'une surface de 400 à 500 m².

Nous réalisons 25 % de notre chiffre d'affaires à l'international. Nous sommes attentifs aux mouvements géopolitiques du grand export afin d'être présents dans les pays qui changent et représentent des potentiels importants tels que l'Inde ou la Chine mais notre stratégie est de continuer notre développement en Europe.



© www.observatoiredefracnchise.fr

Pensez-vous que la crise crée une situation plutôt favorable pour trouver les bons partenaires franchisés ou est-ce au contraire plus compliqué et pourquoi ?

La crise a créé une situation plutôt favorable car nous avons eu plus de demandes de partenaires qui recherchent une franchise stable, présente pour de nombreuses années et dont le business model fonctionne même en temps de crise. Je pense que la fabrication française qui donne encore plus de sens aux entrepreneurs nous a aussi apporté beaucoup de contacts.

On observe une présence croissante des enseignes de l'équipement de la maison dans les centres-villes et l'urbain, en particulier dans les métropoles. Est-ce également une piste que vous privilégiez ?

Bien sûr, il faut que les enseignes de la maison soient proches des maisons... Mais, on sent depuis quelques mois, un retour à la vie dans les campagnes du fait aussi du télétravail. Donc, Gautier ouvrira des magasins à la fois dans les territoires et les métropoles, notamment au cœur d'entre elles, grâce à notre nouveau format urbain. ■



© www.gautier.fr