

FABRICANT

# Patrick Dupin, le bonheur :

## un juste équilibre entre ambition et humilité

TEXTE STÉPHANIE BUITEKANT



Patrick DUPIN, Directeur du Pôle Vitrage chez Saint-Gobain

Européiste convaincu, Patrick Dupin entre chez Saint-Gobain il y a dix-huit ans. Aujourd'hui Directeur du Pôle Vitrage, ce passionné de la culture de Goethe dresse un bilan sincère et rempli d'espoir sur les potentialités du verre et évoque quelques défis qui s'imposeront au leader mondial de l'habitat.

Deux critères président au choix de carrière de Patrick Dupin : la passion du commerce et le goût pour le domaine industriel « Très jeune, je savais que je voulais évoluer dans le monde de l'entreprise. J'ai donc fait en sorte d'y parvenir ».

Comment ? D'abord en poursuivant des études commerciales. Et en allant là où le monde des affaires avait fait un mariage d'amour avec l'industrie : l'Allemagne. « Lorsque je suis entré chez Saint-Gobain, j'ai occupé des fonctions de Directeur financier en Allemagne. Puis, j'ai pris la Direction générale d'activités comme le verre automobile, et, depuis 2012, du Pôle Vitrage, dans sa globalité ». Revenu en France, ses relations avec ses collaborateurs ger-

maniques et, par extension, internationaux, sont quotidiennes. « Dans la mesure où le chiffre d'affaires de l'activité « Vitrage » de Saint-Gobain est à 80 % réalisé hors France, mes relations avec l'ensemble des collaborateurs du Pôle sont permanentes ».

Aucune surprise donc, à ce que Patrick Dupin revendique un vif attachement au continent européen. « Nous ne mesurons pas notre chance de vivre sur un continent qui, en l'espace de soixante-dix ans, est passé de l'état de champ de ruines, à celui de leader, notamment sur les plans technologique et économique. Et des défis formidables restent encore à relever, spécialement pour ses deux pays « locomotives » que sont la France et l'Allemagne ».

**Voir plus loin...**

Pour autant, Patrick Dupin sait regarder au-delà de ces deux puissances. Quatre pays l'impressionnent beaucoup en termes de développement. D'abord, les deux « outsiders » : la Pologne et le Mexique. « *La Pologne est un pays qui ne présentait jusqu'à une période récente qu'un seul avantage: sa faible base de coût. En quelques années, il a su développer un vrai écosystème industriel, une véritable force de frappe à la porte du marché européen sur lequel il nous faudra de plus en plus compter* ». Même constat pour le Mexique, puissance deux ou trois en termes d'espace. « *Atelier de la zone Nafta, le Mexique se développe de plus en plus et accroît ses potentialités à une vitesse impressionnante* ». Bien entendu, d'autres puissances arrivent au top du classement: « *La Chine présente une croissance exponentielle, même si le marché est très hétérogène selon les régions concernées et que le pays subit des à-coups importants dans son développement. Enfin, les Etats-Unis représentent pour Saint-Gobain un marché très attractif car le Pôle Vitrage y est encore peu représenté. Et le pays fait évidemment figure de leader dans le domaine technologique* ».

Interrogé sur les clés de son expertise marché, Patrick Dupin a beaucoup appris de valeurs et de savoir-faire assimilés dès le début de sa collaboration avec Saint-Gobain. « *Echanger avec Jacques Aschenbroich mais également, Jean-Pierre Floris, à qui j'ai succédé à la direction du Pôle Vitrage, m'a permis de bénéficier de toute leur expérience, pour gagner en efficacité, tant sur le plan industriel, que managérial* ». Et il faut dire que l'homme de défis, qui, à ses heures perdues, aime tutoyer les sommets montagneux pour se ressourcer, recense plusieurs expériences marquantes à son actif.

« *L'une des plus mémorables est certainement ma participation, en 1995, à la naissance de la téléphonie GSM. J'étais alors Directeur financier d'une activité chez Matra Communication, où j'ai réellement pris part à l'émergence de cette nouvelle technologie et de*

*ses processus industriels. Une expérience absolument fantastique. Beaucoup plus éprouvante sur le plan humain, a été la gestion de la crise de 2008-2009, lorsque, Directeur financier du Pôle « Matériaux Innovants » chez Saint-Gobain, regroupant, à la fois le Vitrage, mais aussi tous les Matériaux Haute Performance, j'ai dû prendre des décisions d'ordre financier, mais aussi humain, pour gérer au mieux l'activité. Une période éminemment enrichissante et très dense. Enfin, la Direction de Saint-Gobain Sekurit m'a permis d'approfondir ma connaissance du métier du verre automobile, une activité extrêmement exigeante, mais structurante, tant sur le plan individuel que vis-à-vis du business* ».

**Une ambition au service du bien-être**

Mais parce qu'une pratique professionnelle ne fait sens que si elle concourt à la satisfaction des besoins de ses clients, Patrick Dupin invoque un argument choc: « *Savez-vous qu'il faut trois mois d'utilisation en moyenne pour compenser les émissions liées à la production d'une nouvelle fenêtre Saint-Gobain? La composante thermique du verre est désormais un enjeu majeur dans le discours que nous tenons à nos clients. Pour eux – artisans, installateurs, transformateurs - nous inventons des produits qui ont toujours « un temps d'avance », qui sont ou seront connectés, teintants, chauffants, isolants phoniquement... pour leur faire vendre plus et surtout mieux* ». Un discours orienté performance pour une ambition au service du bien-être et du confort dans l'habitat et l'automobile.

Saint-Gobain et son Pôle Vitrage misent en effet sur la technologie au service du confort et de la préservation de l'environnement, avec des matériaux ou systèmes verriers au coût environnemental le plus neutre possible. « *Un bon résumé de ce que doit être la vie: un savant mélange d'ambition, par la recherche constante de nouvelles technologies, et d'humilité, car nous ne sommes que les dépositaires de notre environnement, qu'il nous appartient de préserver et de respecter* ».