



David Julien, Directeur Général de Sepalumic.

Né le 2 avril 1968 à Carpentras (84), le Directeur Général de Sepalumic et Grandeur Nature avait une vocation, la cuisine. Mais on le dissuade fermement d'abandonner les études théoriques à 14 ans...

Après un Bac C, suivi d'une prépa, il s'oriente sur le génie mécanique et suit à l'IUT d'Évry la 1^{ère} formation en alternance créée dans le domaine de l'ingénierie des façades. Il conjugue enseignement en région parisienne et pratique à Carros dans la société Bernard SA, qui lui signe un contrat avant son départ à l'armée. Durant 3 ans, il s'y forme donc - fabrication, bureau d'études et mise en œuvre, se passionnant pour les grands chantiers que gère l'entreprise.

Aventure humaine

Passionné et séduit par le côté technique du métier, sa diversité et l'importance des rapports humains sur les chantiers (« C'est un métier d'hommes »), il rejoint Sepalumic, après avoir rencontré en 1993 Jean-Marc Vidal, fondateur du groupe. David Julien a le même âge que son fils Jean-Christophe, aujourd'hui propriétaire avec sa sœur. En juillet 2014, il prend la Direction Générale, accédant au pilotage de la conception de systèmes après des

années qui lui ont enseigné toutes les facettes d'un métier dont il ne se lasse pas. Plutôt attiré au départ par les matériaux composites et l'aéronautique, il s'est passionné pour la complexité du travail de gammiste et de la fenêtre aluminium et « s'est épanoui dans cette entreprise à taille humaine. Mon management est basé sur les hommes... et les histoires s'écrivent avec des hommes ».

Le pilotage cohérent des composantes de l'entreprise lui donne un « nouveau souffle ». Il fédère les équipes et les anime d'un même état d'esprit : proximité client, priorité donnée aux relations humaines inscrites dans la durée et orientation design-innovation. Celle-ci a été dévoilée à Batimat avec le lancement de la signature Sepalumic imaginée avec Pininfarina, concrétisée par la nouvelle poignée commercialisée en septembre prochain. Un partenariat durable, fondé sur des valeurs communes, qui a séduit équipes et clients. L'enthousiasme, l'une des marques de fabrique de l'entreprise qui fêtera ses 50 ans en 2017, permet d'aborder l'avenir d'une façon positive, pour affronter un marché de plus en plus professionnel, caractérisé par des clients aux exigences croissantes de qualité et personnalisation. Le récent investissement de 4 M€ sur l'usine de Genlis, le lancement d'une nouvelle gamme complète de menuiserie et la démarche design novatrice révélée fin 2015 permettent de relever le défi de performance, facilité de logistique et fabrication et capacité à créer une belle fenêtre aux possibilités de finition étendues. Le client apprécie depuis juillet la nouvelle offre couleur/texteure, enrichie de propositions exclusives (métallisés) harmonisées sur profils et accessoires : autant d'options supplémentaires de personnalisation pour le client final. Cette offre distinctive, portée par des équipes fédérées, motivées et proches du client est un gage de succès sur un marché qui exige d'être le meilleur pour survivre. Côté installateurs, cela suppose adaptabilité, nouveaux outils & technologies et compétences multiples, en technique, commercial, communication et gestion de chantier. Sepalumic les aide à augmenter leur PDM sur un marché de l'alu en croissance mais qui exige des réponses personnalisées sur le moyen/haut de gamme. « En tant que PME franco-française, notre mission est de faire de l'élégance à la française et le concrétiser sur le terrain avec nos clients ». Cela, dans l'esprit de proximité incarné par un Directeur Général accessible : « Nous sommes des gens simples » !

Transmission

Au-delà du savoir-faire produit/service, le client bénéficie d'un accompagnement et de formation pour répondre aux exigences à venir. L'innovation qualifie une fabrication toujours plus professionnelle, soutenue par les méthodes Sepalumic qui, depuis 2003 (lancement de I-process), facilitent un assemblage favorisant performance et multifonctionnalité : une fenêtre devra intégrer occultation et pilotage à distance. Adhèrent du SNFA et de l'ADAL, David Julien y partage sa vision éthique du marché, y participant non pour s'en servir de porte-voix mais pour défendre l'intérêt général : « L'un de mes défaut est de dire ce que je pense », glisse-t-il. Souvent en déplacement, il remplace vélo ou natation par la course à pied, plus pratique, et essaie de s'y tenir pour rester en forme. Il tente d'expliquer sa fonction complexe à ses filles adolescentes. Soucieux de transmission, il partage avec elles ses valeurs : esprit ouvert (nécessaire pour les marchés export, Maroc, DOM TOM et Norvège), écoute et discernement pour tenir compte des particularités de chaque marché et chaque interlocuteur. Respect de la planète, de la parole donnée, intégrité, loyauté, performance et notion de plaisir sont autant d'ancrages pour celui qui aime profiter des choses simples avec ses amis et enfants. Mais le travail est sa priorité. Son rôle de manager exigeant, convaincu que tout homme veut bien faire, s'appuie sur l'optimisme et l'altruisme qu'il transmet aux salariés, sans leur mettre la pression ! Fort de la confiance témoignée en lui remettant la barre du bateau Sepalumic, fier de ses équipes, David Julien se fie à la qualité essentielle du dirigeant : « Savoir écouter, avoir l'humilité de continuer à croire qu'on est plus fort à plusieurs que seul, et accepter que les gens ne fonctionnent pas de la même façon au même moment ». Il renoue avec sa vocation de cuisinier en partageant entre amis bonne chère et bons vins, découvrant les restaurants étoilés ou se mettant aux fourneaux. Il a pris des cours de cuisine et aime « se prendre pour un chef quand il en a envie », cuisinant de temps en temps pour les siens en imaginant les saveurs et couleurs du plat qu'il concocte. « À cœur vaillant, rien d'impossible » est la devise de ce passionné, qui suggère : « Rien ne dit que je ne serai jamais propriétaire d'un restaurant »... ■■