

RENCONTRE

# Benoît Fabre

## « Exigence et bienveillance : deux qualités inséparables pour faire progresser chacun »

RÉALISÉ PAR STÉPHANIE BUITEKANT

*Benoît Fabre, Président de VELUX France.*

La curiosité. Tel est le maître mot semblant guider la carrière de Benoît Fabre. Curiosité de découvrir différents domaines d'activités, différents métiers. Curiosité aussi vis-à-vis de lui-même en se lançant des défis. Le dernier en date : accepter, il y a deux ans, la Présidence de VELUX France et mener le bateau et son équipage vers l'atteinte d'objectifs tant commerciaux que personnels.

Evoluer dans un environnement de travail international, développer une marque forte, des produits de qualité est une chance qui s'est présentée deux fois à Benoît Fabre. « La première, en collaborant avec le groupe Philips, pour lequel, durant 18 ans, j'ai occupé différentes fonctions qui m'ont toutes permis de saisir de véritables opportunités de développement

personnel. La deuxième, en rejoignant le groupe VELUX il y a quatre ans, d'abord en tant que Directeur régional Ile-de-France, et, depuis janvier 2016, en acceptant la fonction de Président de VELUX France ». Chez VELUX, Benoît Fabre découvre le secteur du bâtiment et de l'architecture, à travers une richesse extraordinaire d'acteurs. « Dans la même journée, je peux

échanger avec des artisans, couvreurs, charpentiers, aménageurs de combles, patrons ou collaborateurs de négoce en matériaux, constructeurs de maisons individuelles, architectes des bâtiments de France. Chacune de nos conversations démontre la communalité de nos motivations. Nous travaillons tous pour quelque chose d'utile, de durable et de beau. Quelle que soit notre fonction, nous pouvons passer devant un bâtiment et ressentir une certaine fierté en se disant "J'y ai participé" ».

### Croissance en volume sur les quatre prochaines années

Ce diplômé d'HEC a toujours souhaité être reconnu pour sa valeur et non pour le prestige de son ancienne école. Les défis sont, pour lui, autant d'occasions de démontrer son expertise.

« Il est important de s'en lancer pour soi-même, mais également d'en fixer aux autres. Ainsi, je vais décliner sur le plan national la nouvelle stratégie impulsée par le nouveau CEO du Groupe VELUX, David Briggs, visant une croissance pour la France de 25% sur les quatre prochaines années. Le fait d'être en responsabilités m'impose de proposer à l'ensemble des collaborateurs le meilleur cadre de travail, des possibilités de développement personnel et des challenges passionnants. Cette bienveillance met chacun en condition de donner le meilleur de lui-même, et a pour corollaire une forte exigence sur l'engagement et la valeur ajoutée de chaque membre de l'équipe.

C'est ainsi que nous pouvons progresser systématiquement et offrir les meilleures solutions et les meilleurs services à nos clients... Ainsi, depuis deux ans, nous accordons une importance particulière à l'évolution interne. Une dizaine de collaborateurs ont pu accéder à des postes de management... ».

### L'habitat sain au coeur du message

Pour atteindre cette hausse de 25% du volume des ventes françaises, le message est clair et impactant : bonne

qualité d'air intérieur + bonne quantité de lumière naturelle = confort de l'habitat. « Nous devons faire percevoir l'intérêt majeur de l'apport de lumière naturelle. Pour ce faire, une stratégie de communication visant, tant les professionnels (artisans, prescripteurs, distributeurs) que le grand public, va être déclinée.

Outre les outils traditionnels comme les brochures, notre site Web ou un autre site d'inspiration appelé revedecomble.fr, l'application My Daylight, permet de concevoir le comble aménagé et d'évaluer la qualité de lumière en fonction de la surface d'éclairage apportée. Enfin, nous avons co-développé un nouveau produit, avec la société Netatmo, acteur clé des produits connectés pour la maison. Il permettra de piloter, via son smartphone, l'ouverture et la fermeture des fenêtres, volets roulants et stores VELUX... un pas de plus vers le confort de vie intérieur ».

Côté grand public, notre stratégie consiste à mettre en avant toutes les solutions VELUX qui apportent bien-être et qualité de vie dans l'habitat. « Par exemple une fenêtre de toit motorisée dans l'escalier va permettre de créer un « effet cheminée » drainant l'ensemble de l'air de la maison vers ce point haut, afin de renouveler l'air intérieur et rafraîchir les pièces. »

Une notion d'utilité qui se traduit également par le mode d'actionnariat de la Holding du Groupe VELUX. « L'actionnariat est à 90% détenu par des fondations. Son avantage ? Répondre en partie à une volonté d'utilité sociale. Le surplus des bénéfices du groupe sera reversé à des projets d'utilité publique ou culturelle. »

Ainsi, les FONDATIONS VELUX soutiennent, par exemple, une association marseillaise œuvrant pour l'insertion par la formation aux métiers de la restauration du patrimoine...

Une façon de rendre à la société ce que la société nous apporte.