

ANNIVERSAIRE

Mariton : des moustiquaires et des hommes (et pas que)

RÉALISÉ PAR STÉPHANIE LACAZE-HAERTELMAYER

Au cœur de Saint-Chamas (13), entre collines provençales, vignobles généreux et flots bleus de l'étang de Berre, Mariton a accueilli le 28 mars dernier 240 clients et partenaires historiques pour fêter ses 70 ans. Rencontre avec Sabine Mariton, PDG du leader français de la moustiquaire sur-mesure.



L'Echo de la baie : Portes ouvertes, dizaines habituellement fêtées avec vos collaborateurs... Pourquoi cet anniversaire des 70 ans de Mariton était-il particulier ?

Sabine Mariton : 70 ans représentent une certaine longévité pour une entreprise familiale. Nous voulions donc aussi y associer nos clients, nos partenaires historiques et nos fournisseurs. En outre, mon père est parti à la retraite courant 2018. C'était l'occasion de profiter de lui, de puiser encore dans son savoir, ses souvenirs, sa mémoire de l'entreprise, créée en 1949 par mon grand-père, puisqu'il l'a vécue. Après la visite de notre site à Saint-Chamas (13), nous nous sommes rendus au golf de Pont-Royal en Provence où avant de dîner et de fêter ses 70 ans, nous avons organisé une conférence avec Michel Poulaert sur l'optimisme. Nous souhaitons aussi apporter de l'information tout court à nos invités afin qu'ils partent avec quelques idées pour leur entreprise. Et l'optimisme fait partie de nos quatre valeurs qui sont aussi implication, satisfaction clients et simplicité. Nous avons aussi bien sûr présenté la stratégie de notre entreprise pour les années à venir.



Sabine Mariton,
PDG de Mariton

Quelle est cette stratégie ?

Sabine Mariton : Nous avons la

chance d'être sur un marché porteur. Le store intérieur ne réalise pas d'énormes progressions mais reste soutenu par la décoration. Il est voué à se développer. En outre, nous sommes leader de la moustiquaire sur-mesure en France. Or, les insectes ne sont plus la seule préoccupation du quart sud est de l'hexagone. Le moustique tigre a conquis le sud ouest, le nord ouest.... Ce marché est en progression constante, et nous sommes connus en tant que concepteur historique maîtrisant à 100% la fabrication. Pour le store intérieur, nous souhaitons aussi apporter une réelle différenciation par le service.

Par quels moyens ?

Sabine Mariton : Principalement, le digital. Nos clients ont déjà accès à un espace professionnel pour leurs commandes, accompagné d'une appli mobile depuis trois ans. Nous y avons ajouté un guide de choix pour encore plus aiguiller nos clients et leur fournir un assistant personnalisé. Ce produit n'est pas facile à vendre et comporte des contraintes techniques dues aux toiles, aux laizes, au choix du mécanisme, avec ou sans boîtier, avec ou sans guidage.... Notre stratégie reste de simplifier au maximum l'offre en apportant tous les outils pour que vendre du store intérieur soit facile. Ce travail a déjà démarré et va s'accroître. Par

exemple, nous plançons sur la réalité augmentée qui va être formidable pour aider le consommateur à projeter son store dans son salon. Ensuite, dans nos process nous avons un grand nombre d'opérations manuelles qui peuvent être sources d'erreur, même si le taux reste faible. Nous souhaitons donc faire de notre SAV une véritable force.

Vous vous êtes positionnés sur le marché de la pergola bioclimatique en 2012. Souhaitez-vous devenir aussi un acteur référent de la protection solaire extérieure ?

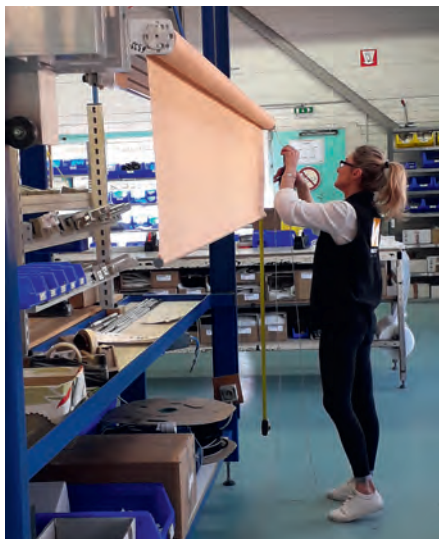
Sabine Mariton : C'est un produit complémentaire qui se porte très bien, mais qui est très concurrencé. Les particuliers sont plus informés et moins réfractaires au prix que lorsque nous avons démarré. Le consommateur final est plus affûté et les perspectives sont au vert.

Vous avez un savoir-faire, pourquoi ne développez-vous pas le marché de la toiture toile de pergola ?

Sabine Mariton : Elle fait partie des évolutions et des extensions de gamme que nous étudions. Toiture bioclimatique et toiture toile ont chacune leurs avantages, et il n'est pas incohérent de les faire coexister. Quand nous avons investi ce marché, cette solution était nouvelle. Maintenant que nous avons un historique et l'ancienneté, nous pouvons plus facilement élargir la gamme. Proposer des moustiquaires, du store intérieur et de la protection solaire extérieure est un de nos axes de développement.

Quels bons souvenirs gardez-vous de ces 70 ans de Mariton ?

Sabine Mariton : Nous avons été très marqués par le sourire des clients et partenaires présents. Nous avons retrouvé à l'occasion de cette journée l'esprit de Mariton : familial, facile d'accès et en toute humilité. Nous aimons faire entrer les clients dans l'usine. Quand ils voient la manière dont les produits sont fabriqués, ils les comprennent mieux et nos collaborateurs se sont énormément impliqués. Ils étaient extrêmement fiers de montrer leur métier au quotidien.



Avec une fabrication soumise à de nombreuses opérations manuelles, Mariton ajoute aux contrôles qualité, un SAV fort.



Lors de la soirée d'anniversaire des 70 ans de l'entreprise Mariton.

