



AVS

Dans leurs futurs locaux de la zone Cap Nord, Marie-Madelaine Baron et Bernard Culot, greffés à AVS suite aux fusions de Voilerie Sully et Axo, font bon ménage avec Arthur Deballon.

TOUT EN SOUPLASSE

Avec ses sœurs Voilerie Sully et la petite nouvelle Axo Agencement, l'entreprise AVS va déménager pour voir plus grand. Arthur Deballon a non seulement rajouté 2700 m² à son nouveau cocon dijonnais, il a maintenant d'autres cordes à son arc. Bien entouré, l'entrepreneur compte faire ce grand écart en restant lui-même. Tout en souplesse.

Par Alexis Cappellaro - Photos : Christophe Remondière

Il ne va pas nous faire le coup de l'entreprise aux dents longues bientôt multinationale. Pas le genre de la maison. Lucide et posé, Arthur Deballon voit dans le rachat récent du fond de commerce d'Axo (transformé expressément en Axo Agencement) la suite logique d'une politique rationnelle d'investissements pour toucher de nouveaux marchés. La première pierre

de cette réflexion fut posée en 2013 avec le rachat de Voilerie Sully, spécialiste du sur-mesure de toiles, textiles et bâches. La maison-mère AVS, dont le cœur de métier a toujours été la signalétique, a naturellement vu d'un bon œil cet apport de compétences. « Avec, à chaque fois, la reprise du cédant », précise le jeune entrepreneur. Ainsi, après Marie-Madeleine Baron (Voilerie Sully), l'expert en agencement de magasins

et stands Bernard Culot (ex-AXO) arrive en renfort. « Deux personnes dotées d'une grande connaissance de leur métier, qui adhèrent à cette idée de structuration d'entreprises. »

Nouveau fonctionnement, nouveaux besoins

Un nouveau fonctionnement impliquant de nouveaux besoins, « les locaux actuels étaient trop étroits ».

Arthur a senti qu'il était temps : « Le secteur a de bons indicateurs de vitalité, dans le bâtiment et la vente de voitures notamment », analyse-t-il. A donc été étudié et programmé un déménagement à quelques encablures, toujours en zone Cap Nord de Dijon-Saint-Apollinaire, rue de la Brot. Moyennant quelque 2 millions d'investissements, AVS et ses entreprises sœurs se donnent les moyens de leurs ambitions : d'ici février 2018, l'espace de travail passera de 800 à 3500 m², avec rénovation complète et tutti quanti. « Six mois de travaux, uniquement avec des entreprises locales », promet Arthur. Il y tient (lire encadré). Et sait ce qu'il veut : « Un bâtiment qui se plie à nos activités, et non l'inverse. »

Acteur national

Dans l'affaire, notre homme s'appuie sur une bonne circulation de l'information - « c'est primordial » - et la création d'un poste de responsable qualité. Il le répète assez souvent, il n'est « pas tout seul » à articuler ce projet de renouveau. « Mais nous ne sommes pas une SCOP non plus », tempère-t-il. Il faut en effet tenir bon les rênes d'une entreprise « devenue un acteur national, avec 25% de commandes en dehors de la région. Les plus parlantes sont celles des 60 magasins Galeries Lafayette ou le

LOCAL À TOUT PRIX

Arthur Deballon veut faire travailler les entreprises locales pour la rénovation de son nouvel espace. Celui qui est aussi président du Cerclecom l'assure, ce n'est pas qu'un élément de communication : « Je suis contre faire venir des travailleurs détachés et des entreprises étrangères. On doit respecter les règles du jeu. AVS met le prix pour. Cette éthique de travail, c'est le prolongement de la relation que j'entretiens avec les salariés. Je ne suis pas paternaliste, mais tout cela participe à une dynamique vertueuse. »

pétrolier BP, dont nous pilotons la signalétique sur toutes les aires d'autoroutes de France. »

« Travail d'épiciers »

Au bout du compte, AVS est « passé de challenger à leader. On va être scruté, observé », prévoit le dirigeant, qui a repris l'entreprise familiale en 2011, à 21 ans. Arthur « fils du patron » Deballon ? Non. « C'est moi qui l'ai choisi, on ne m'a jamais proposé. J'y travaille tous les étés depuis mon adolescence. Je sais ce que c'est de bosser sous la pluie ou la chaleur. » Il a le droit d'en être fier. Sous sa houlette,

AVS est passé de 9 à 20 employés et poursuit son « travail d'épiciers », comme il dit. En clair, « rien d'une usine à gaz. Notre client type commande du tissu, des panneaux, de l'adhésif, du stand... » Soudée, la maison dijonnaise a maintenant les moyens de concevoir, fabriquer et poser tout cela. Cette internalisation l'achemine vers une certaine prospérité, même si faire vivre une entreprise est un travail de chaque instant. On ne génère pas « 2000 clients actifs, 4000 commandes et 2,8 millions de chiffre d'affaires en 2016 » en claquant des doigts ou en s'éparpillant. Question de souplesse. ●



L'un vient de rejoindre AVS pour développer l'agencement de magasins. L'autre l'a fait en 2013 et est responsable de l'atelier confection textile. Bernard Culot et Marie-Madeleine Baron sont « les bras armés » d'un AVS new look. « Un plus gros paquebot, mais qui garde une vraie souplesse. »