



Pascal Teurquetil, DG de Muller, fier du label « Origine France Garantie »

Labellisé « Origine France garantie », le groupe Muller est aujourd'hui un fleuron de l'industrie française. Pour Pascal Teurquetil, son DG, fabriquer en France est un acte différenciant et militant. Rencontre engagée. (1ère partie de l'entretien)

Muller est un groupe industriel de renom qui conçoit et fabrique en France, des solutions et des matériels pour le chauffage domestique et collectif.

Pourquoi êtes-vous tant attaché à la production en France ? En quoi ce choix influe-t-il sur votre stratégie d'entreprise ?

Notre choix de produire en France est militant et s'explique de plusieurs façons.

La première explication, c'est la généalogie : nous sommes français depuis l'arrivée des Vikings. Teurquetil, c'est le chaudron de Thor ! Mon grand-père artisan a été ruiné en France par la crise de 1929 ; mon père a su réagir à cette catastrophe qui a profondément marqué son enfance : il a créé une entreprise de rebobinage dans un petit atelier en région parisienne.

A force d'insomnies, de travail et d'intelligence, il a développé et bâti ce qui est aujourd'hui le groupe Muller en s'appuyant sur le puissant programme d'électrification d'EDF.

Ensuite, la seconde raison a trait au fait que notre développement a été intimement lié à celui du chauffage électrique en France. Comme vous le savez, après le programme hydro-électrique, le programme nucléaire visait à assurer l'indépendance énergétique de notre pays, très mal loti en ressources fossiles. L'essor des usages électriques et l'importance du marché français plaident tout naturellement, et continuent de plaider, pour une forte implantation sur le territoire national d'acteurs tels que nous.

La troisième raison tient à la communauté que nous avons créée, ici, en France, et que nous voulons préserver. Au fil des décennies, avec tous nos salariés, nous avons bâti un esprit de groupe où chacun sait que nous, dirigeants, ne cherchons pas le profit pour nous enrichir et nous distribuer des dividendes, mais souhaitons plutôt investir dans la recherche et les nouvelles technologies, afin de préparer demain.



Pascal Teurquetil, DG de Muller, fier du label « Origine France Garantie »

En protégeant mes salariés et en œuvrant pour qu'ils aient encore du travail demain, j'ai l'impression de protéger une part de moi-même. Comme diraient mes ancêtres, nous sommes tous embarqués sur le même drakkar, ramons pour atteindre le walhalla !

« French touch » L'expression est largement répandue, mais que signifie-elle pour vous ?

La French Touch est pour moi une manière de fonctionner et de percevoir le monde, une certaine culture française qui imprègne nos mentalités.

Cela tient à notre histoire si riche, au complexe mélange d'influences si contradictoires, à nos territoires si divers, à la douceur de notre climat, à la façon dont les autres peuples nous ont stéréotypés et dont nous nous imitons nous-mêmes.

Cela se traduit par une certaine façon de se comporter et de travailler qui mêle rigueur et libre-arbitre, contestation et discipline, besoin de comprendre et adhésion consentie etc.

Tout cela forme un ensemble de qualités dont le chef d'entreprise peut tirer le meilleur s'il sait les combiner et inspirer confiance à ses salariés.

Produire en France, c'est bénéficier de ce contexte et intégrer l'ensemble de ces qualités originales dans son produit.

Est-ce pour cela que le groupe Muller se reconnaît dans le label Origine France Garantie ?

Le Made in France fait l'objet de nombreux abus et détournements et n'apporte aucune réelle certitude quant à l'origine de la fabrication, car une finition mineure réalisée en France permet d'apposer le label « made in France » sur un produit fabriqué à l'étranger.

Il était nécessaire clarifier cette situation, et c'est le mérite du label Origine France Garantie. Il apporte deux certitudes concernant la fabrication en France : premièrement, celle-ci doit concerner au moins 50% du prix de revient du produit et ses caractéristiques essentielles sont d'origine française ; deuxièmement, un organisme indépendant contrôle et valide cette origine.

C'est donc un label qu'il faudrait faire connaître car il apporte de vraies garanties aux consommateurs qui voudraient, par l'achat de produits français, soutenir l'industrie ou l'agriculture de notre pays.

Pascal Teurquetil, un dirigeant français à l'heure du digital et des défis environnementaux

Les engagements en recherche et développement du groupe Muller prouvent, plus que jamais, que l'industrie française vit avec son époque. Le point de vue de Pascal Teurquetil, son directeur général. (2e partie de l'entretien)

Quels sont vos engagements en matière de développement durable ?

Nous nous sentons concernés depuis très longtemps par le réchauffement climatique et la réduction des émissions de gaz à effet de serre. C'est même devenu l'un des piliers de notre stratégie.

A titre d'exemple, vous savez que le grand problème des énergies renouvelables est leur intermittence. Celle-ci oblige à utiliser une autre source énergétique la nuit - pour le photovoltaïque - ou en période froide - lors des anticyclones d'hiver pour l'éolien. Nous avons donc tout un axe de recherche orienté vers des systèmes de stockage d'énergie et d'effacement qui permettront une meilleure gestion des aléas des énergies renouvelables.

Nous avons d'ailleurs été lauréat au concours mondial d'innovation 2030 dans le domaine du stockage d'énergie.

En quoi considérez-vous que votre groupe est un acteur de la révolution digitale ?

La digitalisation, d'ailleurs rendue possible par l'électricité, est un phénomène mondial qui affectera l'ensemble des activités humaines, y compris les plus traditionnelles.

Soucieux d'épouser cette transformation capitale et d'y prendre toute notre part, nous avons essayé de nous projeter dans l'avenir et de créer des appareils capables de muter. Ils étaient fonctionnels, immobiles et oubliés dans le décor, ils recevaient des ordres pour mieux s'adapter aux besoins du consommateur ; aujourd'hui nous les rendons intelligents : ils comprennent leur environnement, s'y adaptent et dialoguent avec leurs utilisateurs à distance. Ils deviennent l'âme de la maison connectée.

De quoi êtes-vous le plus fier professionnellement ?

De cet esprit d'innovation qui anime le Groupe, de sa volonté d'aller de l'avant et de participer à l'émergence d'un monde respectueux de l'homme et de l'environnement. Les prix et les distinctions qui nous ont été accordés, comme le prix Chaptal ou le prix de l'innovation 2030, nous encouragent à persévérer dans la voie difficile mais exaltante que nous avons choisie.

Mon père a insufflé cet état d'esprit dès la création du Groupe et son amour des produits et de la nouveauté a bercé mon enfance. Je souhaite continuer dans cette voie et renforcer encore nos études et recherches pour conquérir des domaines où le confort thermique sert le développement de nouveaux services. Nous sommes fiers de nos investissements, très conséquents, dans la recherche & développement et de nos programmes d'études.

Qu'est-ce qui caractérise à vos yeux les entreprises familiales, en France ?

Leur rapport à l'humain, au profit et au temps. C'est un rapport très différent de celui qu'on trouve dans une société « anonyme » où les managers ne sont pas les actionnaires et inversement. L'entreprise familiale, c'est d'abord le rêve et les tripes de son fondateur, une excroissance de lui-même. Ses qualités et son éthique s'y retrouvent, même après plusieurs générations. Les entreprises familiales ne sont pas animées par la froide logique du profit immédiat. Elles conservent une philosophie, un comportement qui perpétue les idées et les vertus du « grand ancêtre ».

Cet esprit soude les salariés au sein d'une communauté de pensées et de valeurs qui est, en quelque sorte, un second cercle de la famille fondatrice. Les rapports humains sont alors fondamentaux. Le dirigeant d'une entreprise familiale n'est pas un mercenaire. L'entreprise est sa vie. Elle incarne son style, ses croyances et vise à lui survivre au travers de ses héritiers. Il a et il fait partager une « certaine idée de l'entreprise », où le profit n'est pas recherché pour lui-même mais comme condition de la pérennité.

Qu'aimeriez-vous que l'on dise du groupe Muller ?

Un groupe qui a su s'adapter aux contraintes d'un monde en pleine mutation. Je souhaiterais surtout que l'on en parle encore de nous au présent dans plusieurs siècles !

Votre devise préférée ?

« Un pessimiste fait de ses occasions des difficultés, un optimiste fait de ses difficultés des occasions » (Antoine de Saint-Exupéry)

Quel est l'entrepreneur français que vous admirez le plus ?

François Michelin, c'est un véritable parangon de l'entrepreneur familial, qui a fait de sa société un leader mondial, sans jamais perdre de vue ses racines auvergnates, tout en oeuvrant à la prospérité de sa région d'origine.