

INTERVIEW // PASCAL TEURQUETIL directeur général du Groupe Muller

« Dans le bâtiment durable, l'expertise française est reconnue »

Propos recueillis par
Guillaume Roussange
— Correspondant à Amiens

Le Groupe Muller a obtenu le label Origine France Garantie. Pourquoi cette démarche ?
Nous sommes le premier fabricant d'équipement thermique à avoir obtenu le label Origine France Garantie (OFG) pour l'ensemble de nos produits électriques depuis 2013. La démarche, volontaire, a été assez logique pour notre groupe familial. Cela fait maintenant soixante ans que nous fabriquons l'ensemble de nos équipements en France. Je pense, d'ailleurs, que les critères de l'OFG doivent être renforcés. Cela nous permettrait de mieux communiquer sur les valeurs du label. Durcir les critères récompenserait les efforts menés par notre groupe en matière de certification, d'innovation, de sécurité et de performance de nos produits.

Pourquoi avoir fait le choix de produire 100 % en France ?
Le made in France est inscrit dans l'ADN du groupe. Nous n'avons jamais cherché à vendre un prix, c'est la clef de notre longévité. Nos arguments commerciaux ont toujours reposé sur les vrais avantages de nos innovations. Cela est très important et signifie que lorsque nous réalisons un investissement, nous ne cherchons pas à le rentabiliser immédiatement. Nous laissons ainsi le temps à nos technologies de s'imposer sur le marché et aux



Pour Pascal Teurquetil, la recherche d'excellence et le made in France constituent l'ADN du groupe. Photo DR

acteurs de la filière de se les approprier. Si un produit présente de réels avantages en termes de services, de sécurité, de performance ou de design, alors il apporte une vraie valeur ajoutée aux consommateurs qui acceptent généralement d'investir plus.

« Il faut accélérer davantage notre politique d'innovation.

L'intégration complète de la conception et de la fabrication, couplée à notre politique de brevets, nous confère cet avantage. »

Cet argument du made in France est-il suffisant ?

Evidemment non. Ce qui rassure les acteurs de la filière du bâtiment, c'est de venir dans nos centres de recherche, nos sites industriels, nos centres de formation et de constater l'ampleur des investissements qui ont été menés et la pertinence de nos thématiques de recherche. Ces deux dernières années, plus de 10 millions d'euros ont été investis uniquement dans nos centres de recherche. En cinq ans, nos effectifs d'ingénieurs ont doublé pour passer à 120 personnes. Cela nous a permis d'être lauréat du concours mondial de l'innovation 2030, du Janus de l'industrie, du prix Chaptal et du label de l'Observateur du design.

L'innovation est donc la clef dans la mondialisation ?

L'innovation, mais aussi l'intégration de la fabrication. Être implanté en France confère à notre groupe une forte réactivité pour adapter les produits et les solutions technologiques en fonction des remontées du marché et des échanges avec nos clients. Avec la mondialisation, tout va plus vite, y compris la capacité de nos concurrents à copier nos technologies. Comment nous démarquer de cela ? La réponse est claire : il faut accélérer davantage notre politique d'innovation.

L'intégration complète de la conception et de la fabrication, couplée à notre politique de brevets, nous confère cet avantage. En outre, nous sommes parvenus à créer un climat de confiance avec les acteurs de la filière pour avoir une longueur d'avance en matière de conception des produits à forte valeur ajoutée. Créer ce cercle vertueux est d'autant plus important que nous ne vendons plus de simples équipements, mais de véritables écosystèmes où les équipements de chauffage, de ventilation et de production d'eau chaude sanitaire sont désormais connectés en réseau. Nous entrons dans l'Internet des objets et la révolution digitale et numérique.

Fabriquer en France est-il un handicap à l'international ?

Non, je ne le crois pas. La preuve, l'export représente 30 % de notre chiffre d'affaires, contre 1 % il y a



Les chiffres clés du Groupe Muller

- Date de création : 1960
- Président : René Teurquetil
- Marques : Noiro, Applimo, Airélec, Campa, Auer, France Energie, Concorde.
- Chiffre d'affaires : 250 millions d'euros
- Effectifs : 1.200 salariés

quinze ans. Muller commence à être identifié à l'international comme un acteur de la transition énergétique, environnementale et de la transformation numérique. J'ai accompagné dernièrement François Hollande en Australie, en Chine et en Amérique du Sud, et partout, nos solutions sont reconnues comme efficaces pour lutter contre le changement climatique. Pourquoi ? Parce que nous avons fait les bons choix stratégiques et d'investissement. Dans le secteur du bâtiment durable, l'expertise française est reconnue. Cela va se traduire par de nombreuses opportunités que les entreprises devront saisir. ■