

Chez Nath'  
Une épicerie pour s'investir  
un peu plus dans sa commune

Planche Morellet :  
de la plomberie et du  
chauffage mais pas que...

Garboche SAS son domaine  
de prédilection :  
la vente en ligne

# DOMB' ENTREPRENDRE

Le magazine de la vie économique de la Dombes - N°4 - Décembre 2023



La Dombes entre dans l'ère du marketing territorial !



**Isabelle Dubois**  
Présidente  
de la Communauté  
de Communes  
de la Dombes



**Dominique Pétrone**  
Vice-président  
Développement  
économique  
Zones d'activités



**Stephen Gautier**  
Vice-président  
Relations  
entreprises



**Audrey Chevalier**  
Vice-présidente  
Commerces

**V**ous découvrez, depuis plus d'un an maintenant, au fil des pages de Domb'Entreprendre, la diversité et la richesse de l'économie dombiste. Vous en êtes les principaux acteurs et c'est encore une grande fierté que de mettre à l'honneur certains d'entre vous dans ce numéro.

En tant que collectivité, nous travaillons quotidiennement pour vous accompagner dans votre développement. Notre intervention se trouve souvent confrontée à la réalité du terrain : le manque d'attractivité de notre territoire. Pour pallier cette carence, nous avons décidé d'agir concrètement. Car l'attractivité d'un territoire est devenue un enjeu majeur aujourd'hui, capable de façonner son destin économique, social et même culturel. Au-delà de la qualité de notre environnement, un territoire attractif est celui qui sait mobiliser ses ressources, stimuler l'innovation, attirer des talents et créer un environnement propice au développement.

Nous lançons actuellement une grande étude stratégique d'attractivité et de marketing territorial. Pour cela, nous sommes accompagnés

par un bureau d'études expérimenté qui nous offrira un œil extérieur et professionnel sur les actions à mettre en place.

Ce travail se veut le plus complet possible et ne prendra pas uniquement en compte le monde économique. Cela serait un non-sens sachant qu'attirer de nouveaux talents est l'une des ressources les plus précieuses d'un territoire. Ainsi, nous souhaitons leur permettre de s'accomplir aussi bien dans leur vie professionnelle que personnelle, avec une qualité de vie élevée. Cette question de l'attractivité du territoire n'est pas que du marketing. Il s'agit avant tout de définir une stratégie pour permettre au territoire de favoriser l'innovation, la croissance économique et le bien-être de ses habitants. Nous comptons sur votre expertise et votre vision du monde économique local pour nous aider dans cette démarche.

**Isabelle Dubois**

## SOMMAIRE

- |                         |                                  |
|-------------------------|----------------------------------|
| 3 Marketing territorial | 8 Meubles et cuisines Montorfano |
| 4 Chez Nath'            | 9 Planche Morellet               |
| 5 Bessard Piscines      | 10 Garboche SAS                  |
| 6 SRM Raynaud           | 11 SAS Philippe Monnet           |
| 7 Taxi de l'Irance      |                                  |

Vous souhaitez paraître dans le prochain numéro ?  
Contactez-nous par mail à [economie@ccdombes.fr](mailto:economie@ccdombes.fr)

# LE MARKETING TERRITORIAL, QU'EST-CE QUE ? EN QUOI CELA CONCERNE LES ENTREPRISES DE LA DOMBES ?

Le marketing territorial désigne la manière dont les pouvoirs publics utilisent les techniques de la publicité et de la communication, issues du monde de l'entreprise, pour promouvoir leurs territoires. Ces pratiques existent à toutes les échelles, depuis la promotion d'une petite commune à celle d'un État. Le but est d'attirer des populations jugées désirables, des investissements, des entreprises, ou tout cela à la fois.

## DOTER LE TERRITOIRE D'UNE VÉRITABLE STRATÉGIE D'ATTRACTIVITÉ

Sobriété foncière, difficulté de recrutement des employeurs, prix de l'immobilier, mobilité, manque d'hébergements touristiques... De nombreux facteurs entravent l'accueil de nouveaux publics sur le territoire de la Dombes. Il est donc capital pour le développement de notre territoire de se fixer et d'atteindre des résultats d'attractivité. Les actions ne peuvent donc pas uniquement se concentrer sur des leviers de communication. Pour être efficace, nous devons pouvoir nous appuyer sur une offre et des services d'attractivité tout en identifiant les besoins d'évolution du cadre de vie, du logement, de la mobilité, de l'économie, du tourisme...

Nous sommes convaincus et venons de nous engager dans la construction d'un plan de services d'attractivités pour répondre aux besoins du territoire de la Communauté de Communes de la Dombes. Celui-ci a été voté le 19 octobre dernier et les travaux avec le cabinet Terre d'Avance débuteront début décembre, pour une durée approximative de 8 mois.

Les démarches de marketing territorial se tournent principalement vers l'extérieur dans une perspective d'attirer toujours plus : de nouveaux talents, d'entreprises et de capitaux. Nous partageons aussi l'approche du Nouveau Marketing Territorial qui considère que « *l'attractivité territoriale est un levier au service du développement et de la qualité de vie actuelle et future des territoires* ». La Dombes se tourne une fois de plus vers un marketing territorial hybride : un équilibre entre nous occuper des habitants et acteurs socio-économiques déjà présents sur le territoire, de créer du lien entre eux, de renforcer la cohésion territoriale mais aussi de favoriser une meilleure visibilité de l'intercommunalité, contribuer au renforcement de l'identité de la Dombes et ainsi nous rendre attractif notamment pour de nouveaux talents tant recherchés par les entreprises. Pour cela, il s'agira



de faire travailler de concert les habitants et les acteurs socio-économiques, les « natifs » de la Dombes et les « nouveaux arrivants ».

## UNE APPROCHE « DESIGN DE SERVICE », PRAGMATIQUE ET OPÉRATIONNELLE

Afin d'améliorer l'hospitalité du territoire, nous allons travailler sur une approche « design de service » dans l'objectif de répondre aux attentes et aux besoins des habitants et des acteurs locaux, plutôt qu'une simple approche de « marketing communication - promotion ».

En d'autres termes, nous allons travailler sur les fondamentaux du marketing :

1. **Fidéliser**
2. **Travailler sur l'offre** pour répondre aux attentes et besoins des publics cibles
3. **Communiquer sur l'offre**

Et ce dans une perspective de « parcours client/usager », une approche novatrice pour notre territoire.

Il sera donc fondamental pour la bonne réussite de la démarche de susciter l'engagement des partenaires institutionnels mais surtout des acteurs socio-économiques du territoire. Car à terme, c'est bien vous qui, à nos côtés, porterez et contribuerez activement aux actions de développement de notre attractivité territoriale.

Pour un avenir plus serein pour chacun, nous comptons donc, cette fois encore, sur votre participation active à nos côtés.

Plus d'infos sur [www.ccdombes.fr](http://www.ccdombes.fr)

Votre magazine est en ligne sur [www.ccdombes.fr/parution](http://www.ccdombes.fr/parution)

Rejoignez-nous sur les réseaux sociaux :

   @Communauté de Communes de la Dombes

Contact : Une question, un sujet à proposer...

Contactez la rédaction de Domb'entreprendre magazine à [économie@ccdombes.fr](mailto:économie@ccdombes.fr)

Crédits photos : Communauté de Communes de la Dombes, Adobe Stock.

Impression : Imprimerie Multitude.

Achevé d'imprimer : Décembre 2023.



# UNE ÉPICERIE POUR S'INVESTIR UN PEU PLUS DANS SA COMMUNE

Un jour de semaine, centre-ville de Sulignat, le jour n'est pas encore levé. Devant « Chez Nath' », l'épicerie du village, le rideau est encore baissé, mais déjà les clients attendent. Rencontre avec Nathalie Fumas, qui tient le commerce depuis 11 ans. **INTERVIEW**

## COMMENT S'EST PASSÉ LA REPRISE DE L'ÉPICERIE DE SULIGNAT ?

J'ai toujours aimé être proche des gens. J'ai travaillé en tant qu'aide-soignante pendant 15 ans. Ensuite, j'ai fait une demande d'agrément pour devenir assistante maternelle. Métier que j'ai exercé pendant 6 ans. J'apprécie



de Neuvilleles-Dames. Le samedi matin, c'est poulet rôti. Je développe beaucoup de produits locaux. J'ai comme objectif d'en développer un voire deux par an. C'est mon défi personnel ! J'ai besoin d'apporter de la nouveauté, du dynamisme, pour ne pas m'ennuyer.

la Dombes. Nous avons toujours partagé les travaux, la gestion se passait très bien. En 2021, alors que j'étais en train de refaire le magasin, la CCD m'a proposé de racheter les murs. J'ai réfléchi à la proposition puis j'ai fait une offre qui a été acceptée.

*J'ai besoin d'apporter de la nouveauté, du dynamisme, pour ne pas m'ennuyer.*

Je pense doucement à la retraite et je me dis que c'est intéressant d'avoir quelque chose qui m'appartient à ce moment-là.

## VOUS VENEZ D'ACHETER LES MURS, POUVEZ-VOUS NOUS EXPLIQUER COMMENT CELA S'EST PASSÉ ?

Le bâtiment appartenait à la Communauté de Communes de

C'est une grande fierté pour moi d'avoir pu acquérir mon outil de travail.

## QUELS SONT LES PRODUITS ET SERVICES QUE VOUS PROPOSEZ ?

Je propose des produits d'alimentation générale, de la décoration, des petits cadeaux. Je fais également dépôt de pain, tabac, Française des Jeux. Je suis partenaire « paiement de proximité ». Je travaille avec des prestataires locaux : le Carlino à Châtillon-sur-Chalaronne pour la vente de plats chauds, Claire Rey pour les pâtisseries, la boucherie



# BESSARD PISCINES : DES PISCINES, OUI, MAIS ÉCO-RESPONSABLES !

Après une formation et un parcours dans la restauration, Baptiste Bessard reprend, avec sa sœur Pauline, l'entreprise familiale, Bessard Piscines, basée à Villars-les-Dombes.



## UNE ENTREPRISE FAMILIALE

Fondée en 1989 par Jean-Luc et Brigitte Bessard, Bessard Piscines est spécialisée dans l'aménagement extérieur ainsi que la création de piscines. Pauline Bessard a intégré l'entreprise en 2016 pour s'occuper principalement du magasin de Villars-les-Dombes. Baptiste, lui, est arrivé dans l'entreprise en 2017 et gère la partie commerciale. Les 20 salariés de l'entreprise leur permettent de traiter les dossiers de A à Z (demandes de permis de construire, réalisations de plans, constructions...). « Nous travaillons jusqu'à 35 km autour de Villars-les-Dombes, majoritairement pour des particuliers », explique Baptiste Bessard.

## EVOLUER AVEC SON TEMPS

Avec les événements climatiques actuels, l'entreprise a dû s'adapter pour proposer de nouvelles solutions. « Aujourd'hui, la façon

de construire et de procéder est différente d'il y a 20 ans, le traitement de l'eau, par exemple, est maintenant plus raisonné. Nous avons appris à construire des piscines éco-responsables », explique Baptiste Bessard. L'entreprise installe également des pompes à chaleur et des pompes à vitesses variables. A l'avenir, elle souhaiterait proposer un système de panneaux solaires pour les filtrations et un dispositif pour récupérer certaines eaux pour ensuite les réinjecter sur les circuits de piscine. « Nous devons apprendre à consommer différemment », explique le gérant. Mais, toutes ces technologies ont un coût. L'objectif de Bessard Piscines est donc de pouvoir rendre ses projets évolutifs. Les clients sont informés des technologies existantes et peuvent ensuite prévoir l'évolution pour les années suivantes.

## LIMITER LE GASPILLAGE GRÂCE AUX ANALYSES DE L'EAU

A force de traitements inadaptés, l'eau se sature et, ensuite, il n'est plus possible de revenir en arrière. La seule solution est alors de vider et de remplir à nouveau. « Pour éviter ce gaspillage, et grâce à notre magasin situé à Villars-les-Dombes, nous proposons à nos clients d'analyser l'eau de leur piscine. Trois fois par an, ils nous emmènent un échantillon d'eau. Nous analysons 12 propriétés, ce qui permet d'effectuer un traitement adapté et donc, d'éviter le gaspillage. », explique-t-il.

### Bessard Piscines en chiffres :

20 salariés

40 % d'aménagement extérieur

60 % de création de piscines

2 ou 3 apprentis par an

# LA VENTE DE VÉHICULES ÉQUESTRES, UN DOMAINE EN PLEIN ESSOR EN DOMBES

Antoine Moity a toujours travaillé dans son milieu de prédilection : l'équitation. Depuis 2018, il est responsable d'agence dans l'entreprise SRM Raynaud qui vend et aménage des véhicules pour le monde équestre. **INTERVIEW**

## POUVEZ-VOUS NOUS PRÉSENTER LA SOCIÉTÉ SRM – LES VANS RAYNAUD ?

La société a été créée en 1992 par Claude Raynaud. Elle a été le premier représentant de la marque Fautras. Le siège de la société se trouve à Peymeinade, sur la Côte d'Azur. L'activité florissante a ensuite poussé M. Raynaud à installer, en 1995, une succursale dans le Gard, vers Avignon. La société a continué son ascension et, en 2018, la 2e succursale est née. A Arnas dans un premier temps. Le commerce demandait à évoluer, nous avons donc cherché un nouvel emplacement. Ce local a été trouvé à Saint-Paul-de-Varax, et c'est vraiment super ! Il y a beaucoup de gros complexes équins autour. La position centrale fait de notre succursale un point de chute idéal pour nos clients.

## QUELS SONT LES SERVICES PROPOSÉS ?

Nous préparons, vendons et réparons les vans pour chevaux

des marques Fautras, Barbot et Stephex. La réparation est vraiment un service en plus que l'on propose à nos clients. C'est un réel atout. L'atelier donne une aide supplémentaire lors de la vente. Certains clients nous découvrent grâce à l'atelier et reviennent ensuite vers nous quand ils souhaitent changer de véhicule.

## EN QUOI CONSISTE LA PRÉPARATION DES VÉHICULES ?

Nous nous occupons de toute la partie spécifique à la carrosserie équestre : transformation de l'aménagement, tapis de sol, fenêtre.

Cela va encore plus loin avec les poids lourds, car ils servent d'appartement aux professionnels du milieu. Il suffit d'appuyer sur un bouton pour ouvrir le camion et avoir accès à une cuisine, chambre, salle de bain, télévision. De fait, nous avons des fournisseurs dans de nombreux métiers : plombier, électricité, climatisation, ameublement...

Au fil du temps, nous avons créé tout un réseau avec les entreprises du coin. Elles complètent vraiment le service et l'offre que nous pouvons proposer. Nous travaillons régulièrement avec MSR Métallerie, Renaud Servas, MC poids lourds, mais nous sommes constamment en recherche de nouveau fournisseur. Rien n'est figé.



### La succursale de Saint-Paul-de-Varax en chiffres :

Ventes par an :

100 vans

70 camionnettes

10 poids lourd

3 salariés

99 % de clients issues du milieu équestre

90 % de l'équipe de France d'équitation est équipée par SRM Raynaud

30 événements par an :

salon du cheval, jumping...

# TAXI DE L'IRANCE, UN NOUVEAU MOYEN DE SILLONNER LES ROUTES DE LA DOMBES, ET AU-DELÀ !

Ses journées, Frédéric Despierres les passent sur les routes, à sillonner la Dombes, le département, la région voire la France à bord de son taxi. Le territoire, il le connaît très bien. Il a exercé durant plusieurs années dans le secteur des travaux publics en passant la majorité de son temps sur les routes.



## 2023, L'ANNÉE DE LA RECONVERSION

À la suite d'un licenciement économique, Frédéric Despierres a effectué, en février 2023, une reconversion professionnelle pour devenir chauffeur de taxi. Il obtient son diplôme en mai 2023, et créer « Taxi de l'Irance ».

## UNE GRANDE DISPONIBILITÉ POUR UN MAXIMUM DE SATISFACTION

Frédéric Despierres propose ses services en tant que chauffeur de taxi, aussi bien pour les particuliers que pour les professionnels, le jour, la nuit, en semaine ou le week-end. « Les taxis alentours ont été très accueillants, ils jouent le jeu. On se renvoie les clients lorsque nous ne pouvons pas prendre en charge une demande. » Dans le métier de taxi il existe également le transport de malade assis dit transport médical « Pour effectuer ce type de course, il faut être conventionné par la CPAM. Celle-ci n'accorde pas de convention aux taxis ayant une licence depuis moins de 3 ans, je n'en fais donc pas », explique-t-il. Le chauffeur prend cela comme

un avantage, ainsi, il n'a pas de contrainte de planning et se garde 100 % du temps pour les autres courses. Très disponible, il peut ainsi satisfaire plus facilement les demandes des clients (trajet à l'aéroport, à la gare...).

## UN EMPLOI DU TEMPS... UN PEU CHARGÉ !

L'entrepreneur connaît pourtant très bien le secteur du secours à personne, puisqu'il est également sapeur-pompier volontaire au SLIS de Saint-André-le-Bouchoux, et au CIS de Saint-Paul-de-Varax. Au SLIS (Service Local d'Incendie

et de Secours) de Saint-André-le-Bouchoux, les 12 sapeurs-pompiers sont déclenchés en même temps pour une intervention, « tous les sapeurs-pompiers sont salariés ou artisans, nous avons tous notre métier avec des horaires différents, et ce choix d'appel nous permet de pouvoir intervenir avec un effectif minimum quand nous sommes disponibles et sur la commune. Je peux donc exercer ma profession sans contrainte ». Au CIS (Centre d'Incendie et de Secours) de Saint-Paul-de-Varax il est d'astreinte un week-end par mois et une nuit par semaine, avec un planning annuel. « Les collègues sont très compréhensifs, je peux donc facilement échanger mes astreintes avec eux en fonction de mes réservations de taxi ».



D'ici un an environ, Taxi de l'Irance devrait avoir son site internet. Site qui permettra aux clients de réserver sans avoir besoin de téléphoner !



# MEUBLES ET CUISINE MONTORFANO, UNE HISTOIRE DE FAMILLE

Meubles et cuisine Montorfano est une entreprise qui propose des meubles et des cuisines à Villars-les-Dombes. Rachel Dubost nous ouvre les portes de cette boutique, qui se transmet depuis quatre générations. **INTERVIEW**



## RACONTEZ-NOUS L'HISTOIRE DE L'ENTREPRISE MONTORFANO

L'entreprise Montorfano a été créée par mes parents en 1959. Avec ma sœur, Marie-France, nous avons repris l'entreprise en 1993. Nous vendons des canapés, fauteuils, des meubles de cuisine et salle de bain, des chambres, des chaises, des meubles sur mesure...

Rien ne destinait mon neveu Richard Guillemaud et sa sœur, ma nièce, Laurie à venir travailler ici. Richard était musicien professionnel. Il y a 5 ans, il venait occasionnellement pour nous aider au magasin. Puis, au fil du temps, il a décidé de s'investir de plus en plus dans l'entreprise. Laurie, quant à elle, est arrivée il y a 2 ans maintenant. En 2021, elle a effectué une formation de cuisiniste pour s'occuper pleinement de la partie vente de cuisine.

Lorsque je prendrai ma retraite, d'ici quelques années, ils prendront la relève.

## QUELLE EST LA PARTICULARITÉ DE VOTRE MAGASIN ?

Nous sommes une entreprise familiale. Nous avons toujours

veillé à la qualité dans les meubles et les services que l'on vend. Nos maîtres-mots sont : qualité, service et proximité. Depuis toujours, la livraison est gratuite. Nous livrons jusqu'à 50 km autour de Villars-les-Dombes. Cela est maintenant obligatoire, mais nous avons toujours débarrassé les anciens meubles, et cela, sans condition. Notre service après-vente va également au-delà des garanties traditionnelles. La satisfaction des clients est notre priorité. Malheureusement, dans beaucoup d'enseignes, ces services se perdent.

## AVEZ-VOUS DES PROJETS DE DÉVELOPPEMENT ?

Il y a toujours des choses à faire. Nous refaisons régulièrement la

peinture dans le magasin et nous modifions l'emplacement des meubles. Nous aimerions être plus présents sur le web. En revanche, nous ne proposerons pas des ventes en ligne, ce n'est pas pour nous. Les clients ont besoin de venir voir et d'essayer.

Nous souhaiterions refaire la façade de notre boutique. Les clients habitués connaissent le magasin, ils savent ce qu'ils vont trouver en poussant la porte. En revanche, pour les gens de passage, ce n'est pas le cas. De l'extérieur, le magasin peut donner une vision vieillotte. Nous devons moderniser l'extérieur, sans perdre l'authenticité de notre entreprise.



QUELLE EST LA PARTICULARITÉ DE VOTRE MAGASIN ?

NOUS TROUVONS

ces idées vraiment bien, ce sont de belles initiatives. Les chèques Happy Kdo viennent directement redynamiser le commerce local. Quant aux afterwork, ils nous permettent de rencontrer des gens, de nous créer un réseau. Nous ne connaissons pas forcément les personnes travaillant à côté. Grâce à toutes ces actions, on se sent moins seul.

# DEBOURG PLANCHE MORELLET : DE LA PLOMBERIE ET DU CHAUFFAGE, MAIS PAS QUE...

Pour faire perdurer l'entreprise dans laquelle il a passé la majeure partie de sa carrière professionnelle, Jérôme Debourg, décide, de la racheter : Planche Morellet est basée à Marlieux.

## 18 ANS DANS LA MÊME ENTREPRISE

« Il y a 20 ans, M. Planche et de M. Morellet se sont associés pour créer l'entreprise, basée à Marlieux. J'étais salarié dans cette entreprise depuis 2004, alors, à l'évocation du départ en retraite de M. Planche, j'ai naturellement décidé de reprendre l'entreprise, pour la faire perdurer ». En 2022, Jérôme Debourg crée alors son EURL « EURL Debourg », puis reprend le fonds de commerce de l'entreprise Planche Morellet.

## DES JOURNÉES RYTHMÉES, QUI SE SUIVENT, MAIS NE SE RESSEMBLENT PAS

L'entreprise évolue dans le secteur de la plomberie, du sanitaire, du chauffage et de la climatisation. Le service va du conseil jusqu'à l'installation, la maintenance en passant par le dépannage. Le secteur d'intervention ? 25 - 30 km autour de Marlieux. « Pour être compétitif en termes de prix sur

nos interventions, nous ne pouvons pas nous déplacer trop loin. Prendre 1 h 30 pour aller changer un joint, cela ne serait pas rentable », avoue le chef d'entreprise.

L'entreprise est ouverte du lundi au vendredi, mais, en cas de besoin, Jérôme Debourg n'hésite pas à travailler le samedi. « Dans la majorité des cas, les demandes, même urgentes, peuvent attendre le lundi. En période hivernale, en revanche, nous assurons une astreinte le week-end afin de dépanner les usagers rapidement et ne pas laisser une famille sans chauffage tout un week-end », explique-t-il. Aucune de ses journées ne ressemble à la précédente, et c'est qu'il aime !

« Dans ce métier, ce qui me plaît, c'est le fait de devoir être polyvalent. En tant que plombier chauffagiste, on est amené à toucher à tout : petits travaux de maçonnerie, plâtrerie, électricité... », raconte Jérôme Debourg.

## DES FORMATIONS ET DES LABELS NÉCESSAIRES

Les produits étant en constante évolution, notamment avec les



nouvelles normes écologique, Jérôme Debourg et son équipe doivent faire preuve de curiosité. Ils n'hésitent donc pas à se former régulièrement, soit directement chez les fournisseurs, soit avec la CAPEB de l'Ain.

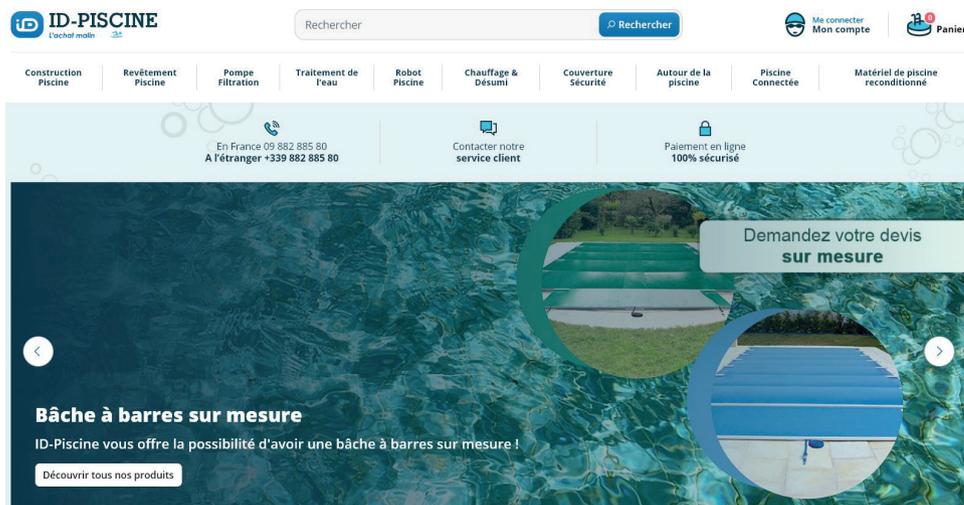
**Dans ce métier, ce qui me plaît, c'est le fait de devoir être polyvalent.**

L'entreprise est labélisée RGE qualibois, solaire, pompe à chaleur, ventilation, Gaz, Handibat (référence en matière d'accessibilité pour les PMR et personnes handicapées). Des labels qui permettent au chef d'entreprise d'avoir accès à de nombreux chantiers, mais qui permettent aussi aux clients d'obtenir des aides lors de la réalisation de leurs travaux.



# GARBOCHE SAS – SON DOMAINE DE PRÉDILECTION : LA VENTE LIGNE !

Nicolas Garnier a toujours voulu créer son entreprise. Après des études de commerce et plusieurs années de travail en tant que directeur commercial, son rêve devient réalité. En 2012, « Garboche SAS » voit le jour à Chalamont. Rencontre. **INTERVIEW**



## POUVEZ-VOUS NOUS PRÉSENTER VOTRE ACTIVITÉ ?

La société évolue dans le domaine de la vente en ligne. Nous avons actuellement 3 sites marchands. Le plus important est celui dédié à la piscine. Nous vendons des pompes de filtration, des robots, mais également tout ce qui est nécessaire à la construction et/ou rénovation de piscines (skimmer, bonde de fond, PVC armé...). Nous avons entre 1 500 et 2 000 produits en ligne et allons tendre à doubler cette offre. Petite nouveauté cette année : nous proposons des produits reconditionnés, très appréciés par le marché. L'équipe est composée de 5 salariés. Du fait de notre taille, la polyvalence est une règle d'or. Nous avons une personne qui gère et anime le site internet et qui fait aussi de la télévente en haute saison, une pour l'entrepôt en charge de la réception des marchandises et l'expéditions des commandes, deux télévendeuses/commerciales et une personne qui fait de la télévente, gère les clients professionnels, travaille avec les fournisseurs....

## EN 10 ANS, AVEZ-VOUS VU DE GROS CHANGEMENTS DANS VOTRE ACTIVITÉ ?

Notre métier a vraiment bougé et évolué pendant toutes ces années. Les métiers du e-commerce ont énormément progressé. Au départ, et si on prend l'exemple des préparations de commande, nous travaillions de manière très « artisanale », avec une édition manuelle des étiquettes colis. Je ne vous cache pas qu'il y avait beaucoup d'erreurs. Nous sommes des humains. A l'heure actuelle, tout est numérisé et automatisé. Nous travaillons à partir de tablette avec une édition automatique des étiquettes colis lors de la préparation. Efficacité logistique, suppression des erreurs, contrôle en continu et gain de temps nous permettent de répondre aux standards et d'apporter une grande satisfaction à nos clients.

## A QUI S'ADRESSE VOTRE SITE INTERNET ?

Notre site s'adresse naturellement aux particuliers, mais, avec le temps, nous constatons que nous avons de plus en plus de professionnels

qui passent commandes. . Ce sont le plus souvent des piscinistes, des paysagistes mais aussi des kinésithérapeutes, des campings, des hôtels... C'est un réseau que nous voulons continuer à développer car elle nous permet de travailler plus hors saison avec une certaine récurrence.

## UN MOT POUR TERMINER ?

Notre priorité actuelle est notre site id-piscine.com. Nous sommes en train d'étoffer notre catalogue afin d'avoir plus de références produit. Après des années de croissance ahurissante, le marché commence à se tendre, nous devons être en mesure de proposer les standards que la concurrence possède déjà. Nous sommes également ouverts aux opportunités de croissances externes dans le sur-mesure et la confection (bâches à bulles, volets) : partenariat, rachat de site existant...



# SAS PHILIPPE MONNET S'OCCUPE DE VOS TRAVAUX DE PLACO, PEINTURE ET MENUISERIE

Rémy Mornet a travaillé pendant 10 ans dans le secteur de la finance, plus précisément dans une banque en tant que chargé d'affaires entreprise. En 2022, il aspire à de nouveaux projets, ayant envie de renouveau, d'un nouveau challenge. Son papa détenait une entreprise bâtiment (maçonnerie) il débute ses recherches pour reprendre à son tour, une entreprise dans ce secteur. Il découvre, via des recherches internet, que l'entreprise SAS Philippe Monnet est en vente et décide alors de la reprendre. « Je tiens d'ailleurs à remercier Philippe Monnet, l'ancien gérant et créateur de l'entreprise, avec qui la transition s'est effectuée dans des très bonnes conditions », précise Rémy Mornet.

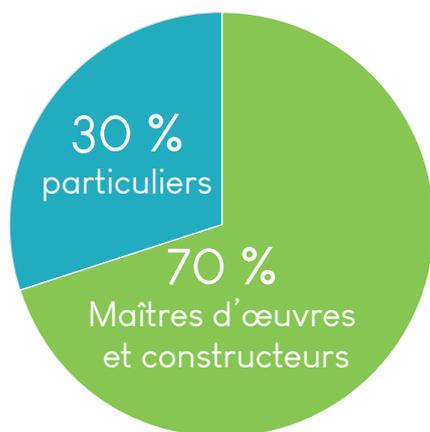
## BOULIGNEUX, EMPLACEMENT IDÉAL

L'entreprise évolue dans le secteur du Bâtiment (second œuvre). La société propose une offre très large avec 3 principaux domaines d'activité :

- Menuiserie (Menuiseries extérieures en aluminium, PVC, bois, menuiseries intérieures, sols souples, placards...)
- Placo (Plafonds, Doublage, Isolation, cloisons...)
- Peintures (Intérieures et extérieures)

Le dépôt se situe à Bouligneux, à côté de Villars-les-Dombes. « Philippe Monnet habitait Villars-les-Dombes, il a trouvé ce local proche de chez lui. Je trouve que l'emplacement est idéal, central. A la fois proche de Lyon, de Bourg, de Villefranche-sur-Saône. », explique Rémy Mornet.

## RÉPARTITION DE L'ACTIVITÉ



De son côté, il s'occupe de la gestion administrative, gestion du personnel, de réaliser les devis, de la

partie commerciale, de la gestion des plannings. Il se fait aider par le conducteur de travaux. Celui-ci gère la gestion avec les fournisseurs, aide les équipes. Il est majoritairement sur le terrain et le suivi de chantier. « Je m'appuie également sur un responsable en menuiserie qui gère les chantiers et prises de côtes. Il s'agit de personnes ancrées localement et « historique » dans l'entreprise, il était important pour moi de faire perdurer les valeurs inculquées par Philippe Monnet. », précise-t-il.

## LA QUALITÉ DE TRAVAIL AU CŒUR DE SES VALEURS

« On passe tous plus de temps au travail plutôt qu'avec sa famille. L'important pour moi est que les gens se sentent bien. J'essaie de veiller à ce qu'il y a une bonne ambiance entre les salariés et un bien-être dans l'entreprise. Je fais en sorte d'être bienveillant et à l'écoute de mes salariés ». Rémy Mornet organise régulièrement des sorties pour favoriser la cohésion d'équipe : karting, événements autour du beaujolais nouveau ou de la réalité virtuelle. Les heures de travail sont adaptées (7 h 30 – 15 h 30) pour permettre aux salariés

d'aller chercher leurs enfants à l'école en fin de journée et une prime est versée en fin d'année en fonction des résultats de l'entreprise.



## FIERTÉ DE L'ENTREPRISE

« Récemment, nous avons travaillé avec le Parc des Oiseaux (Villars-les-Dombes). Nous sommes fiers d'avoir pu travailler pour un endroit connu dans toute la région, en local. Ce chantier, nous l'avons obtenu à la suite d'un démarchage. C'était très intéressant de suivre l'ensemble du processus : du premier contact à l'obtention et la finalisation du chantier », raconte le gérant.

## Philippe Monnet en chiffres :

- Créée en 2012 par M. Monnet
- 3 équipes de peintre
- 2 équipes de plaquiste
- 1 équipe de menuisier
- 1 conducteur de travaux
- 9 véhicules

**LA DOMBES**  
communauté de communes  
**AU SERVICE  
DE SES ENTREPRISES**



Afterwork  
du 21 septembre 2023  
au Domaine Alexander



Prochain afterwork :  
1<sup>er</sup> février 2024  
à Châtillon-sur-Chalaronne