



Rencontre

Patrick Meydiou,
fondateur et dirigeant de MPLS

«Les PME ne sont pas condamnées même si la guerre faire rage chez les majors!»

→ Après un parcours au sein des plus grands groupes de propreté dans lesquels il a occupé des responsabilités importantes, Patrick Meydiou a choisi de tout reprendre à zéro et de monter sa propre structure. Un pari relevé en rejoignant le réseau Aprliance, qui lui apporte une mutualisation des moyens sur le back-office, des opportunités commerciales, tout en garantissant son indépendance.



Photos PDeschamps



Jusqu'en 2010 vous avez accompli un parcours bien balisé au sein de grands groupes et occupé des responsabilités importantes. Qu'est-ce qui vous a conduit à tout reprendre à zéro ?

D'une certaine façon le choix de repartir à zéro s'est imposé à moi : je ne me voyais vraiment pas arrêter toute activité et vivre du chômage alors que j'ai une véritable passion pour ce métier combinée à une forte envie d'entreprendre. J'ai donc choisi de créer mon entreprise en octobre 2010, sans client ni collaborateur. Dans la foulée, j'ai rencontré Lionel Bieder qui voulait développer son réseau de franchisés et je me suis lancé dans l'aventure, qui s'est malheureusement interrompue au bout de quelques mois. C'est à ce moment-là que j'ai fait la connaissance de Patrice Deniau. Il m'a présenté son réseau – Aproliance – qui correspondait en tous points à ce que je recherchais : l'indépendance dans la conduite de mon entreprise et le support d'un réseau et, par là-même, la mutualisation des moyens, dont le back-office, ainsi que le développement de mon propre portefeuille clients.

Vous êtes quand même loin des volumes d'affaires que vous réalisez dans des entreprises comme GSF ou ISS...

C'est vrai. Toutefois j'ai pris le parti de ne pas me lancer dans une course au chiffre d'affaires ! J'ai beaucoup appris au cours de mon parcours, mais j'ai aussi beaucoup souffert de cette course frénétique au portefeuille, qui se fait au détriment du service apporté au client final. Le secteur est très concurrentiel : les dix plus grandes sociétés de notre domaine

l'hygiène de l'air et le nettoyage de chambres frigorifiques. C'est une activité qui demande un réel savoir-faire technique avec une meilleure valeur ajoutée. Travailler en réseau offre des synergies et nous positionne favorablement pour répondre à des demandes spécifiques de clients nationaux. Le réseau Aproliance est également une véritable plate-forme d'échanges de bonnes pratiques et d'expertise. Je suis persuadé de toute façon qu'il faut d'abord développer le business chez nos clients du réseau avant d'aller voir ailleurs !

Vous insistez sur la notion de qualité de service qui doit être au centre des préoccupations, mais cette dimension est aussi prise en compte par les grandes entreprises nationales...

Évidemment, le sens du service n'est pas réservé aux PME et je suis bien placé pour savoir que le professionnalisme et l'engagement sont largement partagés dans notre secteur. Toutefois, l'enjeu n'est pas le même pour une entreprise de propreté qui intervient localement : c'est l'offre de services qui fait sa force. Il faut tordre le cou à certaines idées reçues. Grâce au réseau Aproliance, j'ai eu l'opportunité de collaborer avec une usine d'un grand groupe agroalimentaire impressionné par la qualité du travail réalisé par mes équipes. Aujourd'hui, nous avons quatre usines dans notre portefeuille, c'est un budget conséquent qui représente quelques 100 k€ par an.

De la même manière, nous avons obtenu un contrat de prestations multiservices avec l'aéroport de Lyon Saint-Exupéry pour lequel nous assurons l'ensemble de la gestion du courrier et un service de messagerie.

« Il faut d'abord développer le business chez nos clients avant d'aller voir ailleurs... »

réalisent plus de la moitié du chiffre d'affaires du secteur, mais cela ne veut pas dire que les PME soient condamnées, même si la guerre fait rage entre les majors. Certaines situations sont d'ailleurs paradoxales, comme celle d'une PME régionale qui sous-traite à un grand groupe national à la demande de son client local qui s'est vu imposer un contrat cadre mais qui ne veut pas perdre en qualité de service ni de relation.

Il y a toutefois un certain nombre de marchés nationaux qui échappent forcément aux PME locales ?

C'est là tout l'intérêt d'appartenir à un réseau comme Aproliance qui favorise les mises en relation et l'apport d'affaires. Depuis sa création, MPLS s'est également spécialisée dans le nettoyage aéraulique,

Ce marché emploie quatre salariés à plein temps. Nous nous sommes démarqués de nos concurrents grâce à notre réactivité et à notre support terrain – élément clé du succès de nos prestations – incluant notamment l'encadrement et la reconnaissance de nos agents au quotidien.

Une reconnaissance qui prend quelle forme ?

Plusieurs leviers sont indispensables : des rémunérations plus attractives, la mise à disposition de moyens adaptés (machines, EPI, tenues de travail, etc.) et une réelle responsabilisation des équipes. À cela s'ajoute l'accompagnement que l'on doit offrir en matière de formation, d'écoute, de suivi, voire même d'alphabétisation. Pour tout chef d'entreprise, avoir la possibilité de se décharger des tâches admi-

Parcours

Patrick Meydiou, âgé de 59 ans, est originaire de Bagnères-de-Bigorre (65) et a grandi à Paris. Après une formation de Dessinateur Industriel en construction mécanique, il entreprend un cursus dans le domaine commercial et intègre, en 1986, le secteur de la distribution de produits chimiques. Il travaille plusieurs années au sein de Huron Distribution, filiale de GSF, et intègre ainsi l'entreprise de propreté. En 1994, il devient chef d'établissement GSF Mercure à Lyon, puis directeur général jusqu'en 2008, date à laquelle il est recruté par le groupe ISS. Il occupe alors la fonction de directeur du pôle service France Sud jusqu'en 2010. En octobre 2010 il crée sa propre entreprise : MPLS. Après avoir vécu l'expérience de la franchise au sein d'Augias, il rejoint, en 2012, le réseau Aproliance.

MPLS et Aproliance

Créée en 2010, la société MPLS compte aujourd'hui 23 salariés et réalise un chiffre d'affaires de 700 k€. Depuis 2012, l'entreprise est membre du réseau Aproliance qui regroupe une trentaine d'entreprises de propreté indépendantes et bénéficie ainsi de la mutualisation et de la mise en commun de moyens (formation, RH, juridique, achats, marketing...) sans pour autant entrer dans le cadre plus contraignant d'une franchise commerciale. Le réseau Aproliance est très présent dans l'ouest de la France.



nistratives est déterminant afin d'être présent sur le terrain. Grâce au support du réseau Aprolliance, je peux ainsi développer des relations de proximité tant avec mes agents qu'avec mes clients. Cette disponibilité m'a également permis de me positionner comme tête de réseau en région Rhône-Alpes et dans le Sud-Est de la France, avec pour mission de développer, accueillir et suivre les nouveaux partenaires du réseau Aprolliance.



J'aime...

> le contact, la franchise, mon métier, les valeurs véhiculées par le sport

Je n'aime pas...

> l'hypocrisie, les mensonges, les arrivistes



Le secteur de la propreté souffre encore d'une mauvaise image auprès des jeunes notamment. Avez-vous eu des difficultés pour constituer vos équipes, mais également pour éviter un trop grand turn-over ?

J'ai la chance de ne pas avoir à faire face à un grand turn-over, mais il est vrai que pour recruter, ne serait-ce que 25 personnes, j'ai dû en rencontrer une centaine ! Le bouche-à-oreille est un vecteur très fort de recrutement sans oublier l'article 7 qui joue également un rôle important.

Même si pour une PME cela peut aussi avoir des incidences économiques – je dois par exemple payer la retraite d'un salarié qui est entré dans l'entreprise un an avant la fin de son activité professionnelle – cet article fait partie des règles du jeu. Il est indispensable d'accompagner les salariés les plus âgés, d'aménager leur poste car ne l'oublions pas, pour faire ce métier il faut être passionné et aimer les gens, qu'il s'agisse de vos salariés ou de vos clients. On ne peut pas tricher.

Comment voyez-vous l'avenir du secteur, en particulier pour les PME face à la croissance des grands groupes ?

Une dizaine d'entreprises se partagent aujourd'hui 50 % du marché. C'est une réalité qui ne fera que s'accroître car les « gros » n'ont pas d'autre choix que de devenir plus gros. Il n'en demeure pas moins que le potentiel est encore phénoménal sur l'ensemble des secteurs d'activité. Au-delà de la guerre de prix que se livrent les majors, il y a une réelle demande des donneurs d'ordres pour travailler avec des prestataires locaux, bien organisés, réactifs et attentifs aux exigences de qualité.

Paradoxalement, je me rends compte qu'à ce jour, je travaille avec peu de petites entreprises, même si sur les quatre premières années d'activité le chiffre d'affaires de ma société a progressé de 100 % chaque année. Il reste donc encore des entreprises à accompagner et j'espère développer mes activités de manière progressive afin de pouvoir rester proche de mes collaborateurs et de mes clients. ■

« Sur les quatre premières années mon CA a progressé de 100 % par an ! »