

De salarié du leader du mobilier design et de la décoration, à entrepreneur franchisé Vie & Véranda

Portrait de Dimitri Magalhaes, nouveau franchisé Vie & Véranda à Nantes (44)

Agé de 40 ans et titulaire d'une Licence ainsi que d'un Master en Management des organisations, c'est au cours de ses études que Dimitri Magalhaes intègre le groupe Ikea. Il y restera 18 ans, évoluant dans le cadre de différents postes à responsabilités, avant de faire le pari de quitter la sécurité d'un emploi salarié pour oser se lancer dans l'entrepreneuriat en franchise.

Son amour du produit, son souhait de contribuer à changer positivement le quotidien et l'habitat de ses clients, et son goût du challenge l'ont amené à choisir le réseau Vie & Véranda pour s'épanouir et découvrir tout le champ des possibles qui s'offre désormais à lui.

Portrait d'un franchisé au parcours atypique, animé par des valeurs fortes et l'envie de s'investir pleinement aux côtés de son franchiseur, Vie & Véranda.



Dimitri MAGALHAES,
Franchisé Vie & Véranda
à Nantes (44)

Dimitri, vous venez de rejoindre, le mois dernier, le réseau Vie & Véranda en tant que franchisé sur la région nantaise. Pouvez-vous nous en dire plus quant à votre parcours professionnel auparavant ?

Originaire de Bourgogne, j'ai fait des études en management des organisations (je suis titulaire d'un Master dans ce domaine). C'est pendant celles-ci que je suis entré chez Ikea. J'avais déjà quelques notions commerciales du fait de mes précédents jobs étudiants, et j'ai donc vendu des cuisines aménagées pendant un an environ. Cela m'a beaucoup plu. J'avais un très bon relationnel avec le responsable commercial, et je me sentais bien dans le magasin. Fort de cette expérience, après mes études, je suis passé directement Responsable de rayon. Pendant 6 ans, j'ai exercé ainsi dans différents secteurs et rayons : cuisine, salon, B2B, financement...

Puis, en 2013, j'ai eu l'opportunité, en tant que chef de projet, de mener à bien et de coordonner un projet majeur, celui de refaire 1 500 m² de surface commerciale dans le magasin de Dijon. Pendant un an, j'ai ainsi dû organiser toute la communication locale, la logistique, le marketing, du reporting hebdomadaire pour la France et la Suède, le management des équipes et des prestataires externes (plaquistes, sol, architectes d'intérieur, etc...). Une expérience particulièrement formatrice pour moi. Ensuite, j'ai été pendant 10 ans responsable commercial dans 3 magasins Ikea, à Reims, Metz puis Nantes.

J'ai par la suite travaillé pour Ikea France, où j'ai exercé en tant que Responsable régional du développement des nouveaux responsables commerciaux en France. J'avais en charge 8 magasins, de Brest à Strasbourg. Après un an à ce poste, je suis finalement passé Logistics Commercial Manager : je m'occupais de l'assortiment France et de son accessibilité pour les clients. C'est là le dernier poste que j'ai occupé au sein du groupe, soit un total de 18 années d'expérience et d'évolution chez Ikea, une très bonne école pour moi !

Justement, après toutes ces années au sein d'un groupe mondial, pourquoi avoir choisi de le quitter pour devenir franchisé ?

En toute honnêteté, ce n'était pas un choix facile. Mais après 18 ans, j'ai pris conscience qu'il n'y a pas que le confort et la sécurité d'un salaire qui comptent... C'est aussi essentiel d'aimer ce qu'on fait ! Et d'avoir devant soi encore tout un champ d'opportunités.

Dans le cadre des différents postes que j'ai exercés successivement chez Ikea, je faisais déjà beaucoup de management, puisque je supervisais 11 managers, 140 vendeurs et avec un impact sur près de 400 collaborateurs transverses. J'avais donc beaucoup de responsabilités. J'ai aussi toujours eu un discours entrepreneurial et l'esprit commerçant. En tant que Responsable commercial, j'ai beaucoup appris et pu véritablement toucher à tout : RH, logistique, aménagement, etc. On est relativement libre d'adapter son magasin au niveau des inspirations, des ambiances, du marché et des besoins de ses clients. J'avais des bons résultats, le sens des affaires, donc à un moment je me suis dit : mais pourquoi ne pas le faire pour mon propre compte ? N'ayant pas cette possibilité de me lancer au sein du groupe, j'ai laissé mûrir le projet pendant 3 / 4 ans avant de me lancer. Il me fallait donc trouver dans quel secteur, avec qui, comment...

Si j'ai au départ hésité entre plusieurs secteurs, je n'avais pas de doute sur le fait que je voulais me lancer dans l'entrepreneuriat par le biais de la franchise. En effet, ce qui me plaît dans la franchise, c'est que la partie création, mise au point du concept est déjà faite. On peut se concentrer sur l'aspect commercial, l'implantation et le développement sur le marché local. Cela, tout en étant soutenu et accompagné par le franchiseur.

Et comment votre choix s'est-il porté sur Vie & Véranda ?

J'avais des appétences pour les meubles, le bricolage, l'aménagement de la maison. Je me suis donc orienté vers les franchises connectées à ces secteurs-là. Je voulais avant tout vendre un beau produit, dont je serais fier, que j'apprécierais et qui serait en accord avec mes valeurs. J'étais déjà en train de m'engager avec un autre réseau quand on m'a incité à découvrir plus concrètement le produit Vie & Véranda. Je suis allé au showroom de Rennes avec l'animateur réseau et j'ai pu rencontrer sur place le franchisé, Erwann Jamet. Nos échanges et ce produit m'ont vraiment plu. Quand on installe une véranda, c'est un projet qui a du sens. On change la vie des gens, leur quotidien. Tout m'a séduit : la qualité de ce produit différenciant, l'usage du bois, la bonne isolation thermique, le positionnement premium, le fait que c'est fabriqué en France... Le sens du contact client a aussi résonné en moi. C'est tout cela qui a fait la différence : la découverte du métier au quotidien, de ce que je pouvais faire, de ce que j'allais vendre. Ce qui aurait pu me freiner, c'est l'aspect technique, mon manque de compétences en la matière. Mais au lieu de m'y attarder, j'ai plutôt vu cela comme une opportunité de sortir de ma zone de confort, en imaginant ma fierté future une fois que ma première véranda aura été installée, et que le client sera pleinement satisfait !

Ce qui m'a également attiré, c'est tout le potentiel qui s'offrait à moi. Vie & Véranda, enseigne reconnue, n'était pas présente sur le secteur de Nantes. J'étais donc seul, premier arrivé sur le secteur, avec un projet concret à mener pour implanter et développer la marque sur le marché local. Je suis fier d'amener un produit qualitatif sur un territoire où tous les concurrents sont nés... Un vrai challenge ! L'investissement nécessaire pour cela m'a semblé raisonnable, aussi. Enfin, je dois avouer que le récent recrutement de Céline Pascal au poste de Directrice générale a achevé de me convaincre : je suis particulièrement intéressé par son expérience dans le domaine du développement de la franchise, son dynamisme, sa vision pour l'avenir de l'entreprise.

Quelles sont à présent les prochaines étapes pour vous ?

Eh bien déjà, la toute première sera l'ouverture de mon showroom, prévue en septembre prochain. Il va donc dans les prochains mois me falloir m'installer, recruter puis développer mon équipe, pour être à même de m'implanter sur le marché local. A moyen terme, j'ai le projet d'installer une antenne à Saint-Nazaire, afin de segmenter la Loire Atlantique.

Mais je souhaite aussi m'intégrer pleinement au sein de la famille Vie & Véranda, pouvoir rencontrer et échanger avec les autres franchisés, avec la tête de réseau, découvrir les gens qui, comme moi, portent fièrement les couleurs de Vie & Véranda.

Quelles sont, pour vous, les qualités qui feront de vous un bon franchisé et un bon chef d'entreprise ?

Vaste question ! Je dirais d'abord que mes années d'expérience m'ont permis d'acquérir les codes. Venant d'un groupe mondial, j'ai l'habitude de respecter une charte graphique, le réflexe de solliciter le soutien du franchiseur pour gagner du temps. Je respecte les règles, j'aime les choses carrées. Mais je ne serai pas un franchisé qui restera dans son coin : je veux, moi aussi, pouvoir apporter quelque chose à mon réseau, à mon franchiseur. Mon expérience, mon expertise, je serai heureux de les partager, et, qui sait, de contribuer à grandir ensemble. Je veux m'investir pleinement dans la vie de mon réseau, pourquoi pas en échangeant avec les candidats à la franchise sur le prochain Franchise Expo, ou en participant à la formation au sein du réseau ? Je ne ferme aucune porte.

Par ailleurs, pour moi un bon chef d'entreprise c'est avant tout un bon patron. Quelqu'un qui sait animer ses équipes, construire et développer une culture d'entreprise et une marque employeur, pour être à même d'attirer les talents, de fédérer ses collaborateurs et de les garder. L'aspect management est en effet primordial pour moi. Mais la satisfaction client est ma priorité absolue : on ne vit que grâce à nos clients, il nous faut donc en prendre soin à toutes les étapes de leur parcours.

Un bon chef d'entreprise est aussi quelqu'un qui saura développer son affaire, avoir une vision à long terme et être capable d'aller chercher les nouvelles opportunités. Quelqu'un qui est capable de se remettre en question, de prendre du recul, d'améliorer en permanence ses pratiques, mais aussi de faciliter le changement en osant sortir de sa zone de confort et d'aider ses équipes à aller dans ce sens. C'est aussi quelqu'un qui sait s'appuyer sur ses partenaires, qui est organisé et qui sait gérer ses priorités, sur le plan administratif comme commercial. C'est enfin quelqu'un d'inspirant, pour ses clients comme pour ses collaborateurs, un vrai leader ! Ce seront là mes priorités.

Quels conseils donneriez-vous à un candidat à la franchise ?

Mon tout premier conseil serait de faire attention aux éventuelles dissonances entre l'image qu'on se fait d'un métier et les réalités du métier lui-même... Osez aller voir, découvrir concrètement le quotidien d'un franchisé de l'enseigne que vous envisagez de rejoindre. Allez échanger avec les gens, et réalisez une immersion en entreprise si vous en avez la possibilité. C'est ainsi que vous saurez si l'offre, le produit, le métier, vous conviendront et seront en adéquation avec vos envies et vos valeurs. C'est véritablement ce qui a changé la donne pour moi. Car le plus important, à mon sens, ce n'est pas tant l'enseigne que ce qu'on va vendre et faire au quotidien. Il faut en être fier !

Il faut également bien se connaître : avoir conscience de ses forces, de ses faiblesses. Je pense aussi qu'il ne faut pas se mettre de barrières, pas écouter les croyances limitantes, et ne pas attendre d'être expert avant de se lancer, sinon vous n'oserez jamais le faire. Autre point qui me semble important : n'y allez pas pour l'appât du gain ! Il ne faut pas que l'argent soit le moteur, d'autant que bien souvent, au démarrage, on gagne bien moins...

N'hésitez pas, enfin, avant de vous lancer dans l'entrepreneuriat, à envisager tous les scénarios possibles. Me concernant, j'ai conscience qu'au pire des cas, si jamais cela ne se passait pas comme je l'espère, j'aurais d'autres opportunités grâce à ce que j'aurai encore découvert et appris. Cela rassure, et permet ensuite d'être davantage audacieux et de foncer !

A PROPOS DE VIE & VÉRANDA :

Créée en 1984, Vie & Véranda est une entreprise spécialisée dans la conception et la fabrication de vérandas, extensions, pergolas et auvents premium, sur mesure, personnalisés et prêts à poser, alliant l'aluminium et le bois. Fabricant français, Vie & Véranda, installé à Feyzin (69), dispose de 10 000 mètres carrés dédiés à la production. Un réseau de plus de 250 collaborateurs répartis sur le territoire français assure la commercialisation des produits de la marque. Près de 2 000 vérandas sont conçues, fabriquées et posées chaque année.

Membre du Club BPI France Excellence depuis 2010, Vie & Véranda s'impose clairement dans le segment haut de gamme de son secteur d'activité et s'associe à des partenaires de grande qualité tels que Saint Gobain pour ses vitrages ou Sherwin Williams pour ses lasures bois. Vie & Véranda dispose également de la Certification QUALICOAT pour la qualité du laquage de ses produits, de la certification CEKAL pour la qualité de ses vitrages et du label PEFC pour le bois utilisé, permettant d'assurer la traçabilité et la pérennité des ressources forestières. Grâce à de nombreux investissements au cours des dernières années et notamment un déménagement sur un nouveau site de production prévu à l'été 2025, Vie & Véranda confirme sa place parmi les leaders du marché de la véranda et de l'extension et poursuit son développement, avec l'ouverture de nouvelles agences en France et la mise au point d'innovations uniques et brevetées, telles que la nouvelle véranda extension Naeva.

Pour plus de précisions : www.vie-veranda.com