

SOCIÉTÉ - 01.12.2022

R&D : Comment Leborgne développe de nouveaux outils au service des entreprises ?



Travailler avec le bon outil est essentiel. Encore faut-il l'avoir à disposition ! Face à cela, le groupe Leborgne développe depuis de nombreuses années des collaborations étroites avec les entreprises qui nous sollicitent. Objectif ? Répondre aux besoins du terrain grâce à la conception puis la fabrication de nouveaux outils spécifiques. A la manœuvre : le bureau d'études produit Leborgne. Notre équipe dédiée est là pour accompagner, identifier les usages et envisager la conception d'un nouvel outil. Toucan, décoffreur, gaffe ou pelle Nanovib sont ainsi nés. Rencontre avec Serge Gouverneur, responsable prescription et concepteur nouveaux produits, et Chris Thélisson, coordinateur R&D, qui imaginent ces outils sur-mesure, main dans la main avec les professionnels du secteur.

Quelle est l'approche du groupe Leborgne dans le développement d'outils spécifiques ?

Chris Thélisson : Le design centré utilisateur est au cœur de notre ADN. Voilà notre approche. Nous concevons donc très naturellement des outils plus spécifiques pour les entreprises. Celles-ci peuvent nous contacter lorsqu'elles identifient un besoin nouveau en matière d'outillage.

Serge Gouverneur : Notre bureau d'études se distingue de ceux des autres marques du secteur : nous sommes une petite entreprise avec davantage de proximité. Nos outils ne sont pas vendus en direct mais par le biais de revendeurs. Et c'est pour garder le contact avec le client final que notre bureau d'études a été créé. L'objectif est d'être **en prise directe avec les besoins des utilisateurs**, qu'ils soient **jardiniers, bûcherons** ou qu'ils travaillent dans les **travaux publics**. Nous allons sur le terrain à la rencontre de ces utilisateurs pour les assister dans leurs besoins d'outils et les accompagner dans l'évolution de leurs métiers. C'est ainsi que notre bureau d'études produit est entièrement dédié à l'utilisateur !

Comment s'organise votre bureau d'études produit ?

Chris Thélisson : Nous sommes une équipe de trois personnes : Serge Gouverneur, Léo Hopfner et moi-même (voir la photo, *NDLR*). Au bureau d'études de Leborgne, tout est concentré avec, à la fois, le design, l'ergonomie, la R&D et la prescription avec Serge. Nous sommes donc capables d'imaginer, de développer, de créer, de concevoir et de diffuser l'information. Nous réunissons toutes les compétences nécessaires pour **mener un projet de A à Z** en restant à l'interface de tous les services de l'entreprise.

Serge Gouverneur : Ce qui nous caractérise, encore une fois, c'est la proximité. Avec les clients finaux par le biais de la prescription, et avec la production, les fournisseurs et les

sous-traitants. Le **bureau d'études** est une sorte de hub, une plateforme qui dispose d'antennes un peu partout. Nous sommes autant **tournés vers la production et l'industrialisation que vers l'ergonomie, l'usage de nos produits**. Nous sommes aussi très proches de notre service marketing, du service achat, du service commercial et bien évidemment de l'usine. Nous ne sommes pas une cellule à part, nous sommes parfaitement intégrés dans un organisme très complet.

« Aller sur le terrain est le seul moyen pertinent pour cerner les besoins et les usages de nos clients »

Comment vous répartissez-vous les tâches ?

Chris Thélisson : Cela va beaucoup dépendre des projets. Il est vrai que sur la partie design, je vais intervenir sur quasiment tous les projets. S'il y a des aspects sur l'ergonomie, ce sera plutôt Léo (Hopfner, *NDLR*) dont c'est la spécialité. Mais il y a toujours un responsable sur chaque projet. Chacun va travailler sur un projet de A à Z en avançant en collaboration avec les autres membres de l'équipe. Il y a toujours des échanges entre nous, beaucoup de brainstorming. L'idée est de produire une sorte d'émulsion créative sur les différents sujets.

Serge Gouverneur : Nous travaillons sur un projet pendant plusieurs semaines, parfois, plusieurs mois. Il faut le temps que les choses mûrissent, que les échanges se fassent. Il y a aussi des phases de tests, des retours à analyser.

Quand une entreprise identifie un besoin et décide de faire appel à vous, comment se passent concrètement les choses ?

Chris Thélisson : Les demandes peuvent être exprimées lorsqu'on se rend sur le terrain. Mais elles peuvent aussi passer par notre service consommateur. Les gens peuvent nous écrire via le site internet. Cela nous permet d'avoir d'autres remontées d'informations que celles du terrain. Ensuite, lorsque nous avons une demande, nous l'étudions. Il y a toujours d'abord un échange téléphonique pour essayer de mieux **comprendre la demande**. Une fois que nous avons mieux cerné la problématique, nous essayons d'avancer sur le projet en faisant des propositions, en concevant puis en faisant tester des prototypes. Après chaque essai, en fonction des retours, nous apportons des modifications jusqu'à ce que le produit corresponde aux attentes de nos clients.

Serge Gouverneur : Nous nous rendons aussi sur le terrain pour encore mieux **cerner le besoin de l'entreprise**. Les outils sont souvent multi-usages. Il nous faut donc comprendre l'environnement de travail, l'usage premier et tous les usages secondaires ou besoins auxquels il faut répondre. Il n'y a qu'en allant sur le terrain que l'on peut appréhender tout ça et que l'on avancera de façon pertinente. C'est passionnant.

Des phases de tests auprès d'un panel d'utilisateurs

Comment se passe la phase de développement des outils ?

Chris Thélisson : L'aspect industriel entre en ligne de compte. Le but est de proposer **le bon projet au bon prix**. Si l'outil n'est pas acheté parce que le prix ne correspond pas aux capacités de l'entreprise ou de l'artisan, ça n'a pas de sens. Nous travaillons donc en étroite collaboration avec le service marketing pour déterminer le bon prix. Mais le premier palier, c'est celui du concept. Tout le monde se met autour de la table pour voir s'il y a un marché pour ce type de produit et pour décider si on se lance dans le projet ou pas. Après, on peut avancer sur la **phase de conception**. Si les premiers tests auprès du panel de l'entreprise sont positifs, l'aventure continue !

La phase de tests de l'outil est une étape essentielle ?

Serge Gouverneur : Absolument. Elle est menée d'abord avec un panel d'utilisateurs de l'entreprise, et ce tout au long du développement. Mais nous élargissons ce panel car nous devons aussi penser que l'outil répondra aux besoins d'autres entreprises. Pour que le projet soit une réussite, le besoin auquel répondra l'outil doit être beaucoup plus large que celui de la seule entreprise qui a émis la demande

Chris Thélisson : Pour la conception de la gaffe, par exemple, l'**outil** a été testé par l'entreprise Emulithe qui nous avait contactés, mais aussi par une autre entreprise qui a essayé le produit. La gaffe est un outil assez simple, nous savions qu'il marchait très bien et qu'il correspondait à une vraie demande.

« Travailler mieux, améliorer la condition de

L'utilisateur, c'est notre leitmotiv »

Une fois l'outil conçu, comment faire pour que le produit soit compris, accepté, adopté ?

Chris Thélisson : C'est un vrai travail de pédagogie ! Nous voyons aujourd'hui qu'il y a des changements dans ces métiers où par le passé, c'était l'enseignement du geste qui était répété et transmis. Désormais, les gens vont sur les réseaux sociaux, cherchent des **nouveautés**, des choses à améliorer. Lorsque je me rends sur les **chantiers**, je vois des personnes qui recherchent l'amélioration. Il y a cette volonté de travailler mieux, d'améliorer la condition de l'utilisateur. C'est notre leitmotiv et notre rôle d'y parvenir.

Serge Gouverneur : C'est exactement ça. Sur les chantiers, on demande aux compagnons d'être investis, d'avoir une réflexion sur leur travail, sur leur façon de l'exercer. Cela se ressent particulièrement dans le **secteur du BTP** mais aussi dans le secteur des **espaces verts** par exemple. Beaucoup de dogmes, de traditions, ont été remis en cause. Cela ouvre la porte à la réflexion avec une belle émulation et du changement dans les pratiques. Ainsi, nos produits sont très vite adoptés par le plus grand nombre !

Y a-t-il une prise de conscience des entreprises pour disposer du bon outil afin de répondre à des tâches de plus en plus spécifiques ?

Serge Gouverneur : C'est certain. Les entreprises disposent de plus en plus de services santé et sécurité dans le BTP. Dans

un groupe comme Vinci, il y a plus de 260 responsables QSE (qualité sécurité environnement), c'est considérable. Ces acteurs-là sont convaincus du besoin d'**outils efficaces, ergonomiques, qui réduisent la pénibilité**. Après, sur les chantiers, les choses se diffusent parfois lentement. Il faut passer par les services achat, les **chefs de chantier**. Cela prend du temps. Il existe beaucoup de solutions mais elles ne sont pas toujours connues des compagnons. Par exemple, j'ai récemment présenté la pelle Nanovib sur un chantier de Vinci à Marseille. J'ai eu de très bons retours. Mais il est vrai que si je ne vais pas sur le terrain et qu'ils voient juste une vidéo, qu'ils n'essayent pas l'outil, ça ne peut pas fonctionner. Par ailleurs, il nous faut travailler sur les outils pour les améliorer constamment.

« Notre champ d'intervention est très large, on ne s'interdit rien »

Quelques exemples d'outils développés grâce aux demandes des entreprises ?

Chris Thélisson : Les exemples récents sont nombreux ! Il y a le Toucan avec la SARP, la gaffe avec Emulithe, l'enfonce-cheville avec la SNCF. On peut aussi citer la masse-bordure avec Eurovia ou encore le décoffreur avec Vinci. Ce sont de beaux exemples d'outils qui ont su répondre aux besoins des entreprises qui nous avaient sollicités.

Serge Gouverneur : Et il y a la pelle Nanovib dont on vient de parler et qui a été développée en collaboration avec un acteur plus institutionnel, la CAPEB. Ce sont de vrais partenariats qui servent au final un nombre d'utilisateurs

bien plus large que la seule entreprise qui a exprimé son besoin.

Comment définir le champ d'activités que vous couvrez ?

Chris Thélisson : L'outillage à main ! Nous avons un champ d'intervention qui est très large, on ne s'interdit rien. Il y a les outils pour le **BTP**, le **jardinage** bien sûr mais ce n'est pas tout. Avant d'aller sur le terrain, on ne travaillait pas sur des outils spécifiques pour la SNCF. Désormais, c'est le cas. Le fait d'avoir développé l'enfonce-cheville va sans doute nous permettre de travailler sur d'autres projets avec eux. Avec les **égoutiers**, c'est la même chose. Nous sommes en train de développer des produits assez spécifiques. Nous ne nous interdisons rien. Même s'il peut être perçu comme une niche, à partir du moment où un marché est assez grand, nous le considérons comme une opportunité à saisir. Le second-œuvre est sans doute notre seule limite.

Pour finir, comment les entreprises peuvent-elles vous contacter ?

Chris Thélisson : C'est très simple ! Elles peuvent nous contacter via le site web. C'est la clé d'entrée. Derrière, il y a du monde pour répondre. Ce n'est pas juste une boîte mail. La SNCF nous avait par exemple contactés par ce biais-là. Et aujourd'hui sur le terrain, les agents utilisent l'enfonce-cheville sur les rails. Nous avons hâte de poursuivre ce travail, main dans la main avec les professionnels !

- [**TOUTES NOS ACTUALITÉS**](#)
- [**PROMOTIONS**](#)
- [**ÉVÉNEMENTS**](#)
- [**SOCIÉTÉ**](#)
- [**PRODUITS**](#)
- [**SÉCURITÉ**](#)
- [**JARDIN**](#)
- [**LA PRESSE EN PARLE**](#)