

La fierté du Made in Normandie

Depuis le début de la crise sanitaire, l'industrie du plastique vient en aide au monde médical en créant des masques et des visières. Au-delà de ce geste, cette industrie puissante participe à l'indépendance économique de la France. Avec 32 milliards de chiffre d'affaires en 2019, l'industrie du plastique emploie 122 000 personnes et se situe au deuxième rang sur le marché européen, juste derrière l'Allemagne.

« **L**e 17 mars, tout s'est arrêté ». C'est ainsi que débute le récit de Pierre-Jean Leduc, président de Dedienne Multiplasturgy. Située à Gaillon en Normandie, cette entreprise de 700 employés est spécialisée dans les plastiques complexes. « Notre cœur de métier c'est la légèreté. Nous allégeons les équipements en substituant le plastique au métal ». Un allègement qui permet de produire des automobiles et des avions plus performants, car consommant moins de carburant. Depuis 20 ans, cette course à la légèreté a engendré une puissante croissance économique. En ce début d'année 2020, l'optimisme est de mise, car l'industrie aéronautique se porte à merveille : les commandes chez Airbus sont de 60 avions par mois, idem chez Boeing. Le carnet de commandes est plein pour les dix années à venir.

« 70 % de notre chiffre d'affaires s'effectue dans le secteur du transport, poursuit Pierre-Jean Leduc. Or depuis le 17 mars, on ne voyage plus : la grosse vague-

sur laquelle on surfait a disparu ». Dans l'immédiat, l'entreprise Dedienne place une partie de son personnel en chômage partiel. Avec 70 millions d'euros de chiffre d'affaires, il est cependant urgent de trouver rapidement d'autres débouchés. « Dès le début du confinement, nous avons été sollicités par les Visières de l'Espoir, une association qui voulait équiper le personnel médical. Le projet nous a sortis de la morosité. En quelques jours, nous avons produit bénévolement 1 000 visières ».

Dedienne met alors sa haute technologie au service du monde médical. L'impression en 3D permet de produire des visières en série. Les énormes photocopieuses de Dedienne créent des objets en relief sans besoin de recourir à des moules. Ce qui constitue un gain de temps et d'argent (le prix d'un moule est de 50 000 euros).

Pierre-Jean Leduc n'a pas l'intention de participer à la crise économique qui s'annonce. Les deux ans de traversée du désert prévus par les spécialistes (pas de reprise avant 2022) lui semblent un peu longs. Le président de Dedienne cherche donc des opportunités : « Cette initiative solidaire a motivé nos équipes. Après le corps médical, nous avons envisagé le marché des professionnels ».

Une gamme de produits voit le jour: Protectiv Covid-19. Cette gamme comprend des visières et des écrans de protection en plexiglas. « La crise est un élément accélérateur, remarque Pierre-Jean Leduc. Avec la création de notre marque Protectiv, nous sommes en train de changer de business model ». Ordinairement, Dedienne est une entre-

L'impression en 3D permet de produire des visières en série.



prise qui n'apparaît jamais sur les produits finis. Ses clients sont les grands équipementiers de l'aéronautique et de l'automobile (Safran, Thalès, Valeo). Bien que Dedienne fournisse les tableaux de bord de la Peugeot 5008, son nom n'est inscrit nulle part.

« Nous sommes davantage des cotraitants que des sous-traitants, car nous ne voulons dépendre de personne. La diversification de nos activités et de nos clients est donc une priorité. La création de notre marque Protectiv nous rend visibles et nous offre de nouveaux marchés ».

Hier Dedienne travaillait dans l'ombre, aujourd'hui l'entreprise s'adresse directement aux consommateurs. C'est un changement radical qui nécessite un réseau de distribution ainsi qu'une communication nouvelle. Pour étoffer la gamme, les ingénieurs ont mis au point un masque très léger (10 grammes). Ce dernier est réutilisable cent fois, il est lavable en machine. Seules les cartouches filtrantes sont périssables, ce qui facilite grandement le recyclage. Une vertu dont sont dépourvus les masques de protection chirurgicaux : une fois usagés, ces derniers constituent des milliards de mètres carrés de déchets.

Sur le site de l'entreprise normande, on revendique le *made in France*. À l'entrée de l'usine flottent les

drapeaux français et normand. « La crise change les mentalités, la fabrication française on y croit ! C'est même plus du *made in Normandie* que du *made in France*, dit Pierre-Jean Leduc avec humour. Produire local pour consommer local est un système économique très utilisé dans l'alimentaire. Il peut demain stimuler l'industrie ». La fierté régionale, ignorée par les partis politiques et moquée par les médias est une puissante énergie. Cette identité de proximité est particulièrement forte chez les jeunes : « Les gens de notre région sont fiers de porter des visières produites en Normandie. Consommer localement c'est défendre l'emploi ».



Pierre-Jean Leduc parie sur la poursuite des pandémies. Elles persisteront à se répandre, car les populations continueront à voyager. Il faut donc s'organiser et se protéger : « Nous ne sommes pas des opportunistes, nous voulons que notre marque perdure. Tous nos produits sont déposés afin de ne pas être copiés par le premier chinois venu ».

Au-delà du profit potentiel, cette création de gamme a suscité la fierté des salariés de Dedienne. Fierté d'avoir innové en un temps record, fierté d'avoir relevé la tête. La crise actuelle est une opportunité pour changer. En grec « krisis » signifie « décision ». Face à la crise, Dedienne décide de changer. ♦ **Benjamin de Diesbach**