

# "HEUREUSEMENT IL Y A EU LA CRISE!"

## DI PALMA MET LA QUALITE DE VIE ET LA DURABILITE AU CENTRE

Voici l'expérience d'un électricien qui a connu une progression spectaculaire et qui, crise aidant, est parvenu à réduire la taille de son entreprise sans douleur. Aujourd'hui, il s'en trouve tellement bien qu'il a décidé de renoncer à tenter de retrouver sa situation d'avant la crise.

Il découvre que le travail se fait de façon infiniment plus cool, avec de nouvelles valeurs qu'il n'avait même pas eu l'occasion d'imaginer avant, sous le stress. L'option, ici aussi, est clairement la qualité de vie et la durabilité. Analyse.

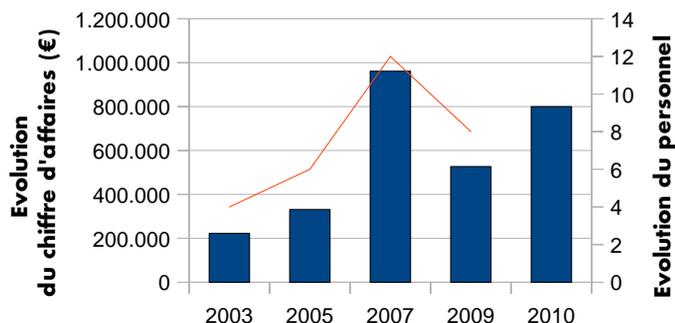
Par Didier Gernay



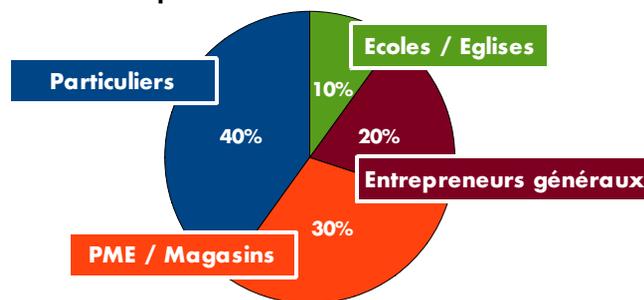
Patrice Di Palma sur son personnel: "Pour moi, ce ne sont pas des ouvriers, ce sont des collaborateurs. Nous sommes dans le même bateau et nous ramons tous (moi avec eux) dans la même direction"

### DI PALMA EN BREF

DATE DE CREATION:	1999
FORME JURIDIQUE:	SPRLU
LOCALISATION:	Mont-sur-Marchienne
GERANT:	Patrice Di Palma (photo)
PERSONNEL:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 5 ouvriers</li> <li>• 1 apprenti</li> <li>• 2 employés</li> </ul>
VALEUR STOCK:	€6.000
PARC VEHICULES:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2 voitures</li> <li>• 5 camionnettes</li> </ul>



### Répartition du chiffre d'affaires



### QUELQUES REFERENCES

- Adeps (Loverval)
- Funérarium Crispin et Donati (Mont-sur-Marchienne et Couillet)
- Maison de repos 'Le Centenaire' (Châtelineau)
- Vedi (Gosselies)

### LA TAILLE HUMAINE

Patrice Di Palma est ce qu'on appelle un 'selfmade man' qui a grimpé les échelons à force de travail, de beaucoup de clairvoyance et de choix judicieux. Il a commencé dans l'électroménager où il était responsable du labo chaud et lavage. Ensuite, il a mis un pied à l'étrier en devenant indépendant complémentaire après ses heures chez son employeur. Ses premiers jobs concernent évidemment l'électroménager, mais s'élargissent très vite vers l'électricité générale. Prudent, il s'aventure d'abord dans la sous-traitance en se réservant une journée par semaine, le vendredi, pour réaliser sa propre prospection.

"J'ai, malgré tout, toujours été très dynamique sur le plan commercial", nous avoue-t-il, modeste. "Par exemple, je fréquentais les salons et foires du bâtiment et j'allais présenter mes services aux

entrepreneurs, bureaux d'architectes, promoteurs, etc. Personne ne faisait cela. C'est de cette manière que ça a démarré. Au début, avec ma voiture, ensuite avec une remorque en plus, puis une camionnette, un premier ouvrier puis plusieurs, puis plusieurs camionnettes et ainsi de suite. Tant et si bien qu'au bout de quatre ans nous étions déjà 6 ou 7! Nous avons été jusque 25. Cela devenait infernal. Pourquoi? Parce que l'on ne vit plus, on court tout le temps sans même savoir pour qui ou pour quoi. C'est ce qu'on appelle une fuite en avant. Heureusement il y a eu la crise!", nous explique ce jeune patron.

### REFLEXION

Pour Di Palma SPRL, la crise a été l'occasion d'une réflexion en profondeur. Pas tellement au niveau de son fonctionnement, car tout tournait bien et les rouages étaient



Patrice Di Palma: "Au début, avec ma voiture, ensuite avec une remorque en plus, puis une camionnette, un premier ouvrier puis plusieurs, puis plusieurs camionnettes et ainsi de suite. Cela devenait infernal"



Madame Di Palma est l'illustration parfaite du travail en famille

bien huilés, mais au niveau du contenu. Finalement, que recherche-t-on? On vit pour bosser et amasser de plus en plus ou on bosse pour vivre de mieux en mieux? La réponse de son épouse et, sans doute, de leur bébé de quelques mois, a été d'une clarté cristalline: on veut de la qualité de vie. La jeune entreprise a été analysée sous toutes les coutures, la chasse au gaspillage a été engagée et, pour prendre une image que tout le monde connaît, l'ensemble a été réinitialisé. Dans le sens du durable, comme on dit maintenant. Contrairement à ce que d'aucuns pourraient croire, il ne s'agit pas d'un phénomène de mode mais d'une orientation réfléchie, volontaire et, finalement, de bon sens. La question n'est plus tellement de croître à tout prix mais de grandir en harmonie avec l'ensemble des composantes qui font le bonheur. Et, perfidement, nous avons envie d'ajouter que ce qui est nouveau, c'est que cette démarche ne vient pas d'une sorte d'illumination des années 70 prêt à tout lâcher pour aller élever des chèvres au plus profond du Larzac, mais d'un jeune patron trentenaire, marié, père de famille, équilibré, bien dans ses baskets... et même candidat administrateur de l'ANPEB.

## LA QUALITE PLUTOT QUE LA QUANTITE

En approfondissant le sujet avec Patrice Di Palma, il devient de plus en plus évident qu'il est beaucoup plus épanoui qu'auparavant. Son épouse acquiesce. "Du temps où j'avais beaucoup d'ouvriers, je ne pouvais m'intéresser qu'aux soumissions importantes, sans me poser trop de questions parce que c'était une perte de temps non rentable. Aujourd'hui, ma cible, ce sont plutôt les particuliers. Plus je m'intéresse à eux, plus je passe du temps avec eux, plus je leur pose de questions, mieux je puis les aider. Il faut mettre de la valeur dans ses relations avec les clients,



Une solution à la fois fonctionnelle et esthétique pour un réseau informatique

pas de l'argent. Dans une grosse soumission, il n'y a pas de place pour une suggestion, un écart d'une virgule. C'est aseptisé, impersonnel. Ce qui compte, ce sont les chiffres. Avec des clients plus petits, PME, écoles, fabriques d'église, particuliers, c'est la valeur ajoutée qui fait la différence: votre conseil, votre expérience, votre vision de leur projet. Votre façon de leur dire que s'ils envisageaient les choses de telle ou telle manière, cela leur coûterait moins cher. C'est quand même beaucoup plus passionnant et gratifiant!"

## UNE APPROCHE COHERENTE

Cette approche qualitative de Patrice Di Palma est tout à fait partagée par ses collaborateurs. "Pour moi", nous explique-t-il, "ce ne sont pas des ouvriers, ce sont des collaborateurs. Nous sommes dans le même bateau et nous ramons tous (moi avec eux) dans la même direction. Je connais leur vie et ils connaissent la mienne. L'aspect humain est capital. Nous avons chacun un profond respect pour l'autre et je vois bien que même couverts par un certificat médical, ils viennent bosser s'il y a quelque chose d'important ou d'urgent. Les attaches sont profondes. Simplement deux petites illustrations de cet esprit d'équipe



Patrice Di Palma: "Mes offres sont plus détaillées, plus documentées, plus imaginatives, parce que je connais mieux mon client et que j'ai pris le temps de discuter avec lui"



"D'un point de vue commercial, l'avantage est de pouvoir dire non"

qui nous anime: le dernier jour de travail avant les congés, nous faisons un BBQ tous ensemble. Cela nous défoule et nous rapproche. A la St-Eloi, nous nous retrouvons tous au restaurant avec les épouses. C'est très important. Aussi important que je puisse, en toute circonstance, leur dire ce que j'ai à leur dire. A chacun. Sans le moindre problème. D'ailleurs, vous savez ce qu'ils me disent (il a une pointe d'émotion mal dissimulée dans la voix)? On est content d'être chez toi!"

## LE LUXE DE POUVOIR CHOISIR SES CLIENTS

Autant, auparavant, il se sentait emporté dans une sorte de torrent fou et incontrôlable, autant il savoure aujourd'hui le bonheur serein de maîtriser la situation. Diminuer la taille de son entreprise n'est pas du tout une défaite à ses yeux. C'est, au contraire, une victoire. Il dispose même du 'luxe', comme il dit, de pouvoir choisir ses clients! Ses journées sont tout aussi bien remplies qu'avant, mais autrement. Elles sont chargées de valeurs et non plus de stress. Fini la fuite en avant pour assurer le lendemain. Du coup, ses offres sont plus détaillées, plus documentées, plus imaginatives parce qu'il connaît mieux son client



Etude et mise en place d'éclairage dans un établissement bien connu de Charleroi

et qu'il a pris le temps de discuter avec lui. En plus, la qualité engendrant la qualité, ses clients sont ravis et en redemandant. D'un point de vue commercial, l'avantage de la formule est de pouvoir dire non. Refuser de travailler avec untel ou untel pour les raisons qui vous sont propres. Peu importe lesquelles. L'important étant de pouvoir être libre et de décider sans devoir rendre des comptes ou en étant obsédé par la peur de manquer une affaire susceptible de faire tourner l'entreprise pendant X temps. D'ailleurs, cette qualité de vie professionnelle se vérifie à tous les niveaux.

"Si notre petite entreprise est régulièrement invitée à des crémaillères chez nos clients, c'est qu'il y a des raisons", nous explique très justement Patrice Di Palma. "Une telle qualité de contact n'est plus possible à 25 ou 30. C'est comme si vous étiez au restaurant à une table de 4 ou de 25 personnes. On n'a pas le même feeling, on n'aborde pas les mêmes sujets, on ne va pas aussi loin dans les discussions, on ne se confie pas au même point."

## MANQUE D'AMBITION OU OPTION DURABLE?

Incontestablement option pour le durable. Le cas de Patrice Di Palma n'est certainement pas isolé. Nous rencontrons beaucoup de professionnels - âgés et aigris ou jeunes et idéalistes, pour faire court - qui optent résolument pour le "moins, mais mieux". Ce n'est manifestement pas une mode, mais une lame de fond. Le monde professionnel comme le monde tout court sont en train de se rendre compte que l'on ne peut plus faire n'importe quoi n'importe comment. L'heure est venue de faire des choix, dans la cohérence et l'harmonie. A ceux qui pleurnichent parce que les affaires ne sont plus ce qu'elles étaient, voici un message optimiste qui ne peut induire que de la qualité durable. Passionnant! ■