

Vincent Stellian, président de Quietalis : "Nous cumulons envergure nationale et souplesse d'action locale"

Quietalis figure parmi les leaders dans l'installation et la maintenance de cuisines professionnelles auprès de clients très différents les uns des autres et situés partout en France : établissements de restauration commerciale, de santé ou d'éducation, centres de loisirs ou prestataires de restauration d'entreprises. Son président, Vincent Stellian, met en avant une des clefs de son succès : savoir concilier envergure nationale et qualité de la relation avec les clients locaux.

Hôpitaux, collèges, entreprises, maisons de retraite, restaurants. Les clients pour qui vous assurez l'installation et la maintenance d'équipements de cuisines professionnelles sont presque tous différents. Quels sont néanmoins les points communs et comment gérez-vous ce qui est propre à chacun d'entre eux?

Le point commun entre tous mes clients est qu'ils adressent, à destination d'un tiers, une prestation de restauration. Les différences sont d'ordre quantitatif : le nombre de couverts servis et leur fréquence. Un restaurant ouvert six jours sur sept, toute l'année, et qui sert 120 repas par jour n'a pas les mêmes contraintes qu'un collège qui sert, deux cent cinquante jours par an, mille déjeuners par jour. Les seuils critiques ne sont pas les mêmes, c'est à nous de les identifier et de nous adapter aux spécificités de chacun de nos clients.

Quietalis est déployé sur tout le territoire national avec une solution à chaque fois spécifique et installée sur le long terme. Comment votre société s'organise-t-elle pour réussir à entretenir une relation sur-mesure avec chacun de vos clients?

La clef du sur-mesure, c'est la connaissance du client : ses attentes précises, ses contraintes et ses particularités sont les données indispensables qu'il nous faut récolter pour délivrer en retour une prestation adaptée. C'est la raison pour laquelle chaque offre que nous remettons est précédée d'une visite approfondie, permettant d'identifier la qualité du matériel en place et le mode opératoire propre à chaque client. C'est cette étude fouillée qui conditionnera le fonctionnement de l'installation durant toute la période de son utilisation. C'est le rôle qui revient à nos directeurs d'agences locales et à leurs équipes de techniciens. Ce sont eux qui portent sur leurs épaules les clés de cette relation-client sur-mesure, raison pour laquelle ils disposent d'une grande liberté d'action dans leur zone.

Votre envergure nationale ne risque-t-elle pas de détériorer, à terme, cet ancrage local?

Notre position nationale nous permet d'emmagasiner un grand nombre d'informations. L'ensemble du groupe en profite grâce au transfert et au partage des bonnes pratiques.

Par ailleurs, avec nos vingt agences en France et les deux cents techniciens qui y sont rattachés, nous pouvons répondre de façon homogène à une demande d'un client national en déclinant une prestation conforme au cahier des charges de Lille à Marseille et de Brest à Strasbourg.

Enfin, chaque directeur d'agence, souvent attaché à la région où il se trouve, se comporte comme un véritable patron d'entreprise de proximité et noue des relations fortes et durables avec le tissu économique local. Nous nous attachons précisément à cumuler cette envergure nationale avec la

souplesse d'un acteur local.

Quels sont les enjeux essentiels de la relation client pour les techniciens de Quietalis, vos «troupes au front»?

Nos techniciens sont nos ambassadeurs auprès de nos clients, puisqu'ils sont au quotidien la principale interface avec le client. Ils sont au coeur du dispositif, et doivent être en phase avec les préoccupations des clients. Ils sont également la première source d'information pour l'entreprise. Il faut donc les écouter attentivement, car ils nous remontent la « vérité du terrain ».

Nos techniciens doivent associer savoir-faire et savoir-être, joindre leur talent et leur expertise à leur manière de se comporter : c'est ce couplage qui fait gagner l'entreprise.

Vos techniciens sont tenus de faire preuve de savoir-faire autant que de savoir-être avec leurs clients. Comment vous assurez-vous de la cohérence de l'ensemble et de l'acquisition de l'un et l'autre?

Notre attachement à la qualité des savoir-faire passe en premier lieu par l'attention portée au recrutement professionnel et ensuite par la mise en oeuvre d'un plan de formation de nos techniciens. Nous devons sans cesse rechercher les formations qui permettront de les faire évoluer dans leur métier. Nous avons établi dans ce but des liens étroits avec les meilleurs centres de formation d'apprenti, comme le CFI d'Orly par exemple. L'acquisition des savoir-être est un processus moins formel, qui passe avant tout par une culture d'entreprise forte, basée sur le respect de l'engagement et le goût du travail de qualité.

Quietalis a longtemps pâti d'un manque de cohésion dans son approche client, fruit d'un regroupement d'entreprises qui ne partageaient pas forcément une vision commune autour d'une stratégie client claire. C'est chose faite depuis 2017 : «Mettre en oeuvre la force d'un groupe au service d'une relation professionnelle de proximité». Le groupe Quietalis, fusionné en 2017, un an après mon arrivée, s'appuie aujourd'hui sur cinq directions régionales et vingt agences locales qui partagent la même stratégie et la même vision de ce que signifie « qualité », aussi bien en termes de formation que de relation-client, ou d'exigences techniques sur les équipements.

Vous étiez présent au SIRHA Green de Lyon qui se tenait du 17 au 19 juin. Qu'attendiez-vous de ce rendez-vous incontournable du secteur?

Le SIRHA Green est «the place to be» dans le milieu de la cuisine professionnelle. Il est essentiel pour nous de participer à l'un des événements majeurs de la profession, aussi bien en termes de notoriété auprès du public, que de contacts avec les autres professionnels de notre secteur. C'est l'un des meilleurs moyens pour prendre la température de la filière, jauger les tendances à venir et faire un point sur l'innovation. L'ensemble des fournisseurs et acteurs du marché y sont présents. Pour ce grand rendez-vous, j'ai jugé opportun de présenter le groupe Quietalis dans sa nouvelle configuration.

Nous y étions présents pour faire connaître notre entreprise et l'ensemble des services que nous pouvons proposer à nos clients, autour des deux métiers que nous exerçons, l'équipement/installation/mise en service d'une part et la maintenance d'autre part, sur les cinq domaines d'activité que sont la cuisson, le froid, la laverie, l'agencement inox et la buanderie.

Je crois que la multiplicité et la qualité des contacts, tant avec des clients que des prospects, démontre que nous avons atteint notre objectif !