

FAMILY BUSINESS TOUR (season 1)

LANSARGUES / PARIS / MONTRÉAL / CHICAGO / DÜSSELDORF

DUO DISPLAY

HISTOIRE
VÉCUE

duo.

Un road trip ou plutôt une expérience en live sur les scènes du commerce international. De Lansargues à Paris, de Montréal à Chicago, nous voici plongés dans l'univers des salons. Le média de la rencontre reste singulier, ici les amis sont vrais, ils sont là, les sens en éveil. Nous avons approché ses membres, appris ses valeurs, ses attentes, ses règles : des stands plus mobiles, moins éphémères, toujours plus design. Il faut penser durable, adaptable pour exposer rentable ! **Nous avons découvert que l'empathie est plus qu'un mode de rencontre, c'est aussi un modèle d'entreprise. Le bien-être de l'autre et de la planète en dépendent.**

Aujourd'hui, être remarqué ne suffit plus, il convient de devenir remarquable ! 20 ans de rencontres, volontaires ou fortuites, ont créé un « life style », bâti l'industrie du stand modulaire avec une approche 100 % BtoB, respectueuse des libertés de chacun. Le programme est simple : permettre à tous les acteurs du commerce de jouer et rejouer facilement et indéfiniment leurs rôles.

FAIRE
SAVOIR-ÊTRE!

- Exprimer la mission et les valeurs de l'entreprise

- Prouver, montrer au quotidien l'application de ses engagements

- Historique (Photochronologie) de l'entreprise et roman d'anticipation marketing

- Tisser les liens d'un réseau international (gentleman's agreement)

- Une édition par langue (Français / Anglais)

- Création de contenus pour les réseaux sociaux

Format 21 x 28 cm
156 pages
tirage 3200 exemplaires.



EXTRAITS

LE MARKETING DU SAVOIR-ÊTRE **KIDOO**

pascal.cote.kidoo@gmail.com

06 12 57 81 92

En partenariat avec mokle.net

Sommaire



4 **SHOW BUSINESS**

16 **LA FABRIQUE À MODULAIRE**
Faire simple n'est pas si simple! / La répétition de la sérénité
Lyon - SIHRA

52 **LE BOUT du Sirha**

LA RSE APPLIQUÉE AUX STANDS **Green show** 70

Düsseldorf - EUROSHOP

MEET POINT 80

Montpellier - IMMO

Leur premier Duo 106

118 **Duo chronologie** **2033** ROMAN D'ANTICIPATION MARKETING **FUTUR PROCHE** 126

Quand le commerce mondial
fait son spectacle

SHOW BUSINESS

Avec Monsieur **Viz Iteur**
et Madame **Belle Exhib**



« On y est ! », se répète **Mme Belle Exhib**. Elle s'est préparée longuement à ce grand spectacle. Tout a été malicieusement pensé pour que la rencontre soit envoûtante. Elle connaît son texte, le scénario est bien ficelé, les décors surprenants. Elle a un trac fou, c'est bon signe ! Elle prend quelques grandes respirations pour se détendre.

Dans la salle, **M. Viz Iteur** est excité comme une puce. Cela fait trois mois qu'il attend ce moment. Il est dans la place, il est chaud. Il va pouvoir enfin s'en mettre plein la vue, voire plus... Les trois coups sont frappés, le rideau se lève. **Mme Belle Exhib** fait son entrée.

M. Viz Iteur a les mains moites, une goutte de sueur perle sur son front. Un petit sourire satisfait éclaire son visage. L'interaction est immédiate, le libre-échange va peu à peu s'instaurer...



RÈGLE N° 2

LA RELATION CLIENT DÉPEND DE CE QUE TU ES !

Chaque client est singulier. La relation qu'on instaure et entretient avec lui est personnalisée. Celle-ci n'est durable que si la reconnaissance est réciproque. **Il est important d'être soi,** de se respecter en sachant aussi se lâcher...



Laure, de Wenes Group, laisse s'exprimer ses émotions, c'est sa personnalité.

Pour Laure, responsable du customer service chez Duo, tout le monde se doit d'être tourné vers les clients : production, communication, comptabilité... Tous contribuent à la qualité de la relation client. Chacun, avec son caractère, sait créer ce lien indispensable. « Au customer service, toutes les filles connaissent sur le bout des doigts les exigences et la personnalité de nos clients », m'explique Laure d'une voix

sûre et rassurante. « L'authenticité dans la relation est fondamentale avec tous les partenaires. On partage des valeurs communes, on a tous un point commun : cette volonté d'être irréprochable, de bien servir en restant soi. C'est notre ADN ! Si tu ne l'as pas, ça ne marchera pas. Tu accompagnes les clients de A à Z en leur laissant le choix de prendre chez toi le tiroir qu'ils souhaitent. Il ne faut jamais les

lâcher. On tient nos engagements quels que soient les aléas. Notre action est durable », ajoute Laure. Puis, en souriant, elle me fait une confidence : « Pour être dans ce service, tu ne peux pas tricher, tu dois aimer le contact. Qui se ressemble s'assemble ! »



Diptyque - I -

FAIRE SIMPLE N'EST PAS SI SIMPLE !



Chaque tâche est simple, c'est leur coordination qui rend le jeu complexe. A priori, utiliser des tubes et des toiles pour fabriquer un produit simple, beau et réutilisable ne paraît

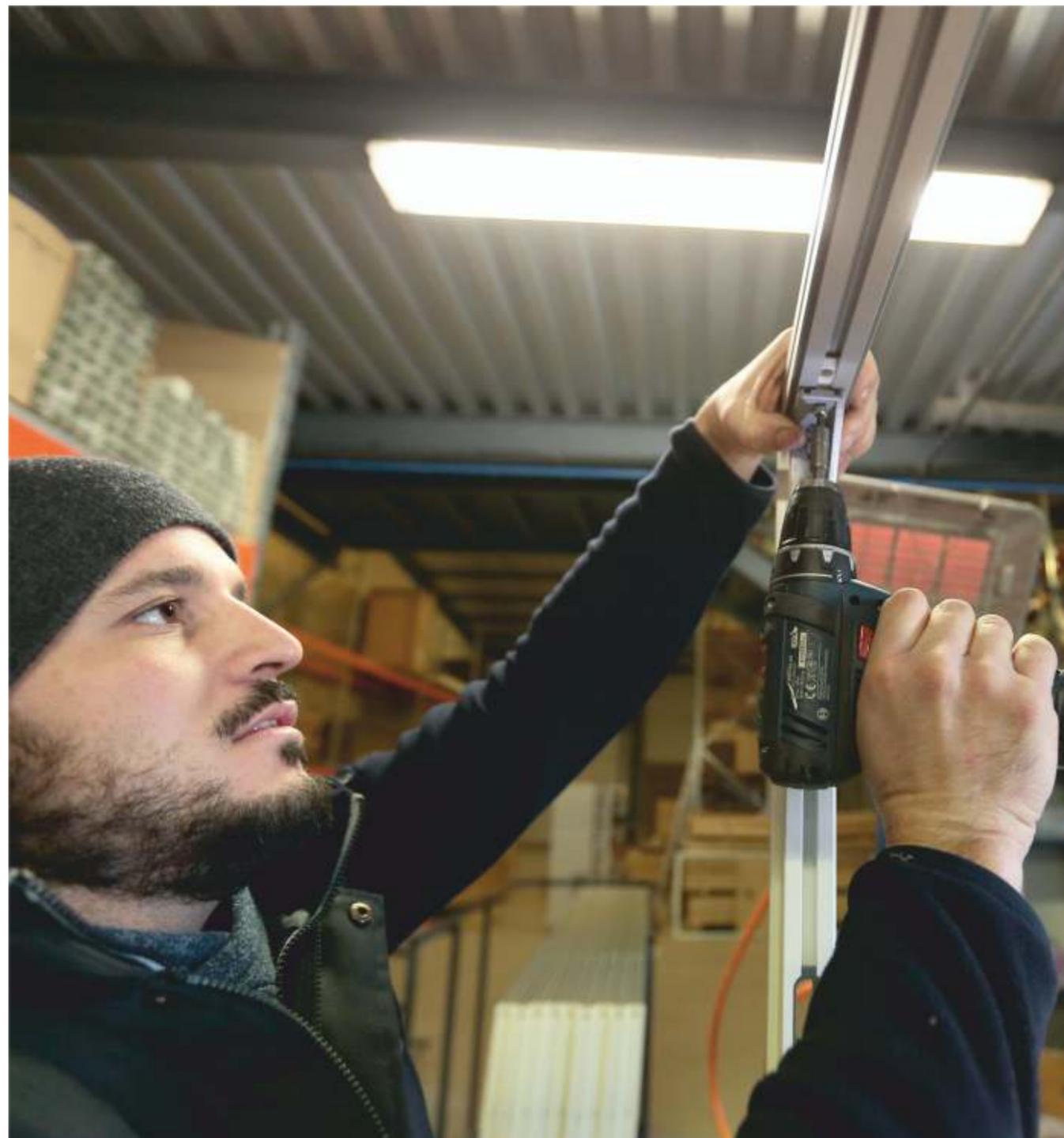
*pas sorcier. On s'est vite rendu à l'évidence que rien n'était joué d'avance. Le scénario regorge de difficultés et de rebondissements inattendus. C'est en voyant qu'il n'est pas si simple de faire simple, qu'on a compris tout l'intérêt de **l'industrialisation des stands sur-mesure...***



*Un logiciel spécial XPO.CENTER accessible au client facilite la transmission des fichiers adaptés à l'impression grands formats. Guidé par **Jean-Paul.***



Tout commence avec des profils aluminium livrés en barres de 4 m. Le centre d'usinage les découpe, les perce et les assemble pour la gamme Panoramic. La cadence suit le rythme de la demande. La recyclabilité de l'aluminium est l'un des éléments fondateurs de la démarche RSE initiée en 2007 (cf. p. 70).



« Le service développement a planché durant des mois pour concevoir la modularité des profils alu. S'implifier l'utilisation du connecteur, de la rainure pour le clipsage du joint silicone (endant les toiles, des encoches pour le passage des câbles électriques et bien sûr de la robustesse nécessaire à de multiples sessions de montage/démontage... On apporte des améliorations en permanence, c'est comme la mise à jour perpétuelle d'un logiciel », me dit **Arnaud**.

© Guy Hamelin



« Avec le succès grandissant des structures lumineuses, l'intégration des éclairages LED a été une autre partie de plaisir », nous confie **Pavel**.

RÈGLE N° 5

SE METTRE À LA PLACE DE L'AUTRE

« C'est comprendre l'autre, être à même de cerner ses besoins, ressentir son stress en voyant les choses de son point de vue. Dans cette intention positive, l'empathie doit agir pour lui faciliter son business. **Simplifier la vie des autres, c'est se compliquer la sienne**, mais c'est notre promesse. Avancer ensemble pour faire évoluer le marché. »

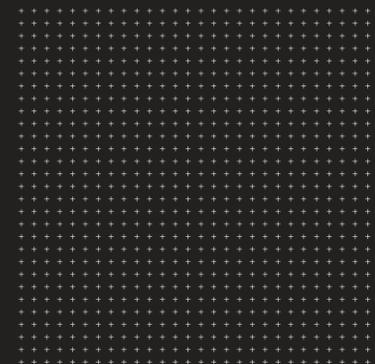
Exemple, pour le salon Euroshop de Düsseldorf, Duo s'est appliqué les règles d'usage qui font la réussite d'un tel événement. Un exercice concret pour comprendre les attentes de tout visiteur. « Un stand doit dégager une atmosphère. Nous avons choisi de mettre en scène un appartement. C'est le cadre idéal pour signifier l'accueil chaleureux et dire : vous êtes chez vous ici ! », m'explique Philippe.

« On doit se comprendre pour devenir proches. Après, le feeling fait beaucoup et la découverte de l'autre permet de ressentir et de savoir si cela va coller entre nous. Une chose est

sûre, notre premier objectif sur ce salon était de ramener dans nos valises des contacts précieux, pour pouvoir encore agrandir notre famille demain.

Une stratégie axée sur l'empathie, l'agilité, est un défi permanent, elle permet d'aider nos revendeurs à satisfaire leurs clients, les exposants. C'est la seule vérité qui tienne, tu ne construis pas un concept sur tes contraintes mais sur les attentes des autres ! C'est à nous de trouver les solutions produits et services qui facilitent le développement du business de nos clients. Notre responsabilité aujourd'hui est de concevoir des solutions

d'exposition remarquées et remarquables ! J'aime exposer car cela me permet de vivre l'expérience salon du début à la fin, d'être conscient du temps, de l'argent, des ressources nécessaires pour réussir », insiste Philippe.



MEEET



La tournée atterrit à **Düsseldorf** !
La foule addictive se presse à l'entrée
d'Euroshop*. Nous nous dirigeons vers
le stand Duo, c'est à leur tour d'exposer
et de montrer comment le modulaire
sait faire le show.

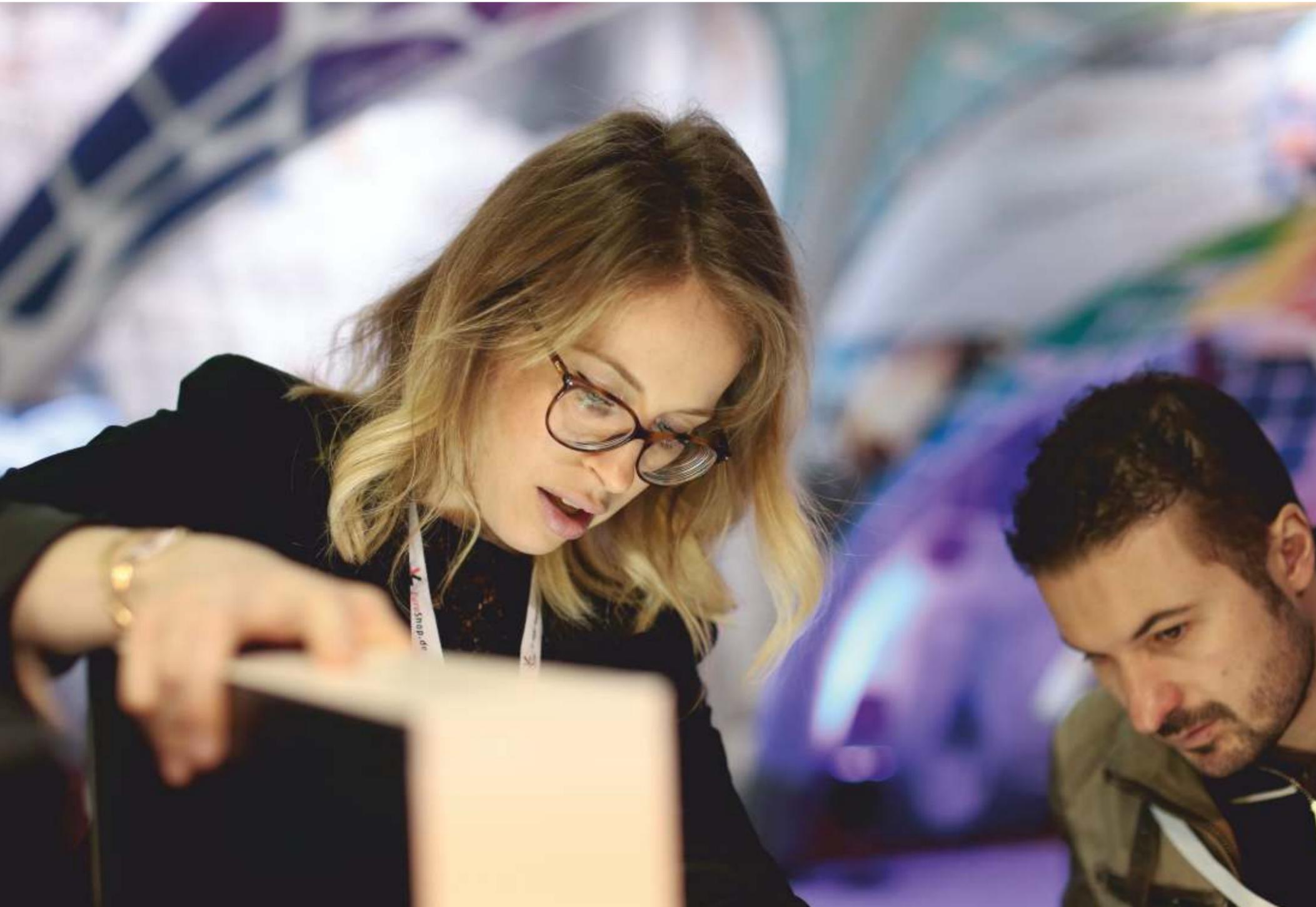
PONNT

Qui se ressemble... se rassemble !

*EUROSHOP - plus grand salon au monde pour la conception,
l'équipement des magasins et des stands d'exposition. Tous les 3 ans, il
trace les tendances de cet univers. Plus de 2 200 exposants et
110 000 visiteurs professionnels rendent cet événement incontournable.

« C'est simple à expliquer...

...à la manière d'un jeu de LEGO®. »



Claire ne vient pas souvent au contact direct du client. Responsable du bureau d'étude chez Duo, elle conçoit les 3D dans le respect du brief de son client. Souvent seule face à son ordinateur, elle apprécie cet échange qui enrichit sa réflexion. Sous les projecteurs, elle en oublie l'appareil photo...



Le concept est simple à expliquer, une bonne idée se vend elle-même... « Er ist der Fotograf », commence à expliquer **Matthieu**. D'un clin d'œil, il me murmure en français : « Ça fait 70 fois que je répète la même phrase (rires) ». Je souris, ils sont tous trilingues, chez Duo, ça contraste avec mon français moyen...



Cosme et **Claudine** recherchent régulièrement comment améliorer les process de production. « L'amélioration continue est l'affaire de tous ici ! Chacun se sent concerné », me disent-ils.

RÈGLE N° 1

RENDRE LES CHOSES POSSIBLES

Pour Cosme et Claudine, une structure qui arrive en réparation est souvent la conséquence d'un souci en amont. « C'est la cause qu'il faut identifier et rectifier pour résoudre définitivement le problème. On améliore nos solutions d'exposition chaque jour, comme on débogue un logiciel. »

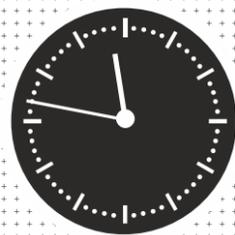
« La qualité est l'affaire de tous, nous sommes tous très concernés dans l'entreprise. Tu vois, Claudine qui connaît ces structures sur le bout des doigts, a le souci du détail dans tous ses gestes. Elle veut comprendre tout autant que moi l'origine de cette casse. Être intransigeant sur la qualité est notre leitmotiv quotidien », insiste Cosme. J'apprécie son tempérament calme et le naturel avec lequel il partage ses convictions.

« Notre job, c'est de penser, concevoir le process pour que nos clients aient le maximum de facilités. C'est la règle que nous appliquons à chaque étape. Il y a d'abord l'optimisation de la fabrication pour réduire aussi bien les délais et accroître la réactivité que pour faire des économies sur la production. L'approche est la même au sein des services



Gwendal et **David** à Montréal, concentrés sur le traitement d'un fichier complexe.

de conception 3D, suivi commercial, logistique et montage. On essaie de penser à tout, de rendre le produit plus simple à l'usage afin qu'il apporte une valeur ajoutée incontestable. Les galères, c'est pour nous, pas pour nos clients », me dit-il avec engouement.



Duo chronologie



Une entreprise se construit au fil du temps, dans le partage et jamais repliée sur elle-même. Les concepts novateurs naissent de l'écoute et des rencontres. Proche des acteurs du marché, Philippe nous raconte comment hier a bâti demain, comment vingt années de rencontres ont permis d'avancer. « Avec l'empathie, on comprend les émotions de l'autre. Avec la sympathie, on les partage ». **Un voyage dans le temps avec ce dirigeant qui n'a jamais cessé de s'adapter aux besoins du marché.**



Duo 1 à la pointe des structures tridimensionnelles. Son montage nécessitait des ouvriers hautement qualifiés.



Dan Duqué. Pdg. présente le **Duo 9.**



Dan Duqué a créé une entreprise de négoce en aluminium, il l'a nommée DUO. 35 ans plus tard, Philippe le rencontre et immortalise l'instant avec le selfie de circonstance.



Le **Duo 12** installé dans les arènes d'Arles.



1982
25 mai

Philippe, 44 ans, est un bon vivant. Je l'ai rencontré à une soirée « Handicap et Travail » en juin 2016. L'homme m'avait alors parlé avec grand naturel de son entreprise à Lansargues. Il avait insisté sur sa volonté de la développer, mais « avec la manière ».

Quelques jours plus tard, il m'invitait à venir la découvrir... Le rendez-vous est pris, je me rends chez Duo un lundi matin.

Le bureau du Pdg n'est pas au dernier étage d'une tour de verre. Dans l'entrée, les produits de l'entreprise sont exposés, des stands modulaires avec des visuels en trompe-l'œil.

L'atmosphère est surprenante et parfois même, des salariés s'y retrouvent pour boucler, au calme, un dossier sur un stand à l'ambiance « tropicale ». Ici, c'est plutôt atmosphère start-up. Devenu Pdg en 2015, Philippe incarne le quadra agile. « Je suis rentré ici après avoir fini mon école d'ingénieur. Dès le départ, je ne me voyais pas intégrer une

1986

1987

1992
septembre



2001 : faire rêver nos clients, moment exceptionnel en survolant le grand canyon en hélicoptère.



Arrivée à l'aéroport de Las Vegas pour exposer au salon ExhibitorLive. Avec 6 gros sacs contenant notre stand, nous nous rendons au salon en limousine plus économique que 6 taxis nécessaires pour tout transporter.

Las Vegas



L'équipe de Duo à Val d'Isère pour un moment de détente.



Un bain chaud par -22° après une réunion commerciale en Finlande dans l'archipelago ... De quoi resserrer les liens.



Philadelphie

Ouverture d'un bureau aux USA à Philadelphie.



Chicago

Déménagement du bureau américain à Chicago.



The former premises of Sommières.

À l'étroit à Sommières, Duo aménage et inaugure ses nouveaux locaux à Lansargues.



Duo lance l'impression par sublimation sur toile. Un joint silicone est fixé dessus pour qu'elle vienne se clipser dans des cadres.

2001
19 janvier

2002
18 mars

2004
10 mai

2006
25 juin

2008
12 octobre

Ce principe est au cœur de la philosophie de Duo, aujourd'hui. Il est même devenu l'une des règles structurantes de l'entreprise : le « gentlemen's agreement ».

Philippe sourit et cite, de mémoire, les paroles de François Frezouls : « Le profit sera au rendez-vous si votre action est

conduite selon des règles. C'est l'application de ces règles qui, lorsqu'elles sont conduites, vous conduira au profit ». « Je n'ai jamais oublié qu'il faut des règles, on en a 8 aujourd'hui », précise-t-il. Je l'interroge alors sur le paradoxe suivant : « N'est-il pas surprenant d'édicter autant de règles pour quelqu'un qui refusait les méthodes trop grises ? »...

« Même si tu sais où tu vas, il te faut des règles. Sinon tu risques de te perdre ! Et puis, nos règles sont avant tout du bon sens, des valeurs apprises de nos expériences comme la convivialité, l'écoute de l'autre, la solidarité... »

Après une visite guidée de l'entreprise, nous regagnons son

bureau. Je suis bluffé de voir à quel point une solution de stand sur-mesure a pu être industrialisée. Je fais part de mes remarques à Philippe qui s'empresse alors d'aller chercher une boîte à chaussures grise de laquelle il sort des dizaines de photos. « Tu as un quart d'heure de plus ? Je vais te montrer tout le chemin qu'il a fallu pour en arriver là !

Simplifier n'est pas facile », me lance-t-il en souriant. Il me fait passer en revue les photos des premiers stands Duo 1, Duo 9, Duo 12, tous superbes mais d'une complexité de montage redoutable, m'explique-t-il, de vraies prouesses architecturales de structure d'aluminium. « Ces étapes nous ont permis de comprendre qu'une bonne solution

d'exposition doit être la plus simple possible, c'est notre graal, notre quête »... Puis, il s'arrête sur une photo et s'exclame : « Ah ! 1998 ! Le duo.sprint, un vrai succès commercial qui nous a permis de franchir un cap à l'international et en R&D. Regarde, c'est moi en Finlande, en 2002... Après une réunion commerciale, on a pris un bain par -22° ».

Lyon, deux jours avant le début du salon, on rejoint Loïc, le directeur commercial de Duo. Il veut nous faire toucher du doigt la simplicité de montage des stands modulaires. Il en profitera pour nous faire rencontrer plusieurs de ses distributeurs ainsi que leurs clients. Ce show en live, avant celui des exposants, c'est le before...



LE DEBUT DU SIRHA*

Du Sirha*

« On commence tard mais on finit tôt... »

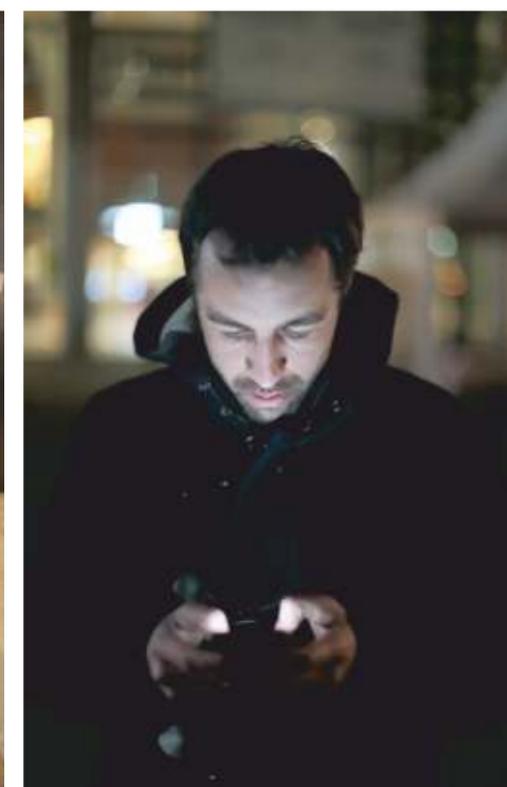


15h30. **Jérôme** de Popexpo (société de montage et de solutions d'exposition lyonnaise), arrive sur le stand. Les salons, il connaît, ça fait 20 ans qu'il monte des stands. Duo ou pas d'ailleurs ! Il était l'un des premiers et n'est pas le dernier à dire ce qu'il pense. « Avant, les salons, c'était une grande poubelle, maintenant moins. » (cf. La RSE appliquée au stand p. 70). « En principe ça se monte vite », lance-t-il en me regardant, mais après un rapide coup d'œil sur une borne électrique mal placée par le salon et le plan, il dit : « Là ça va être beaucoup moins tranquille. En plus, les structures montent à 6 m... si tu as bien lu le plan ! »

« Pas besoin de caisse à outils, c'est le connecteur qui fixe tout. Ah si... peut-être un couteau suisse pour le film plastique... », dit-il en me rendant le mien. Tout est super bien emballé !



19h12



Ils les appellent les « caisses ». On trouve que **malles de transport** leur conviendrait mieux (cf. p. 68). Elles attendront ici jusqu'à demain, le dernier jour : leurs monteurs ou les exposants eux-mêmes leur redonneront vie.

« Pas encore couchés les gars ? Après le before il y a l'after... » Déjà 19h50, relève de mails en attendant le taxi. On a rendez-vous à 20h30 au centre de Lyon pour un dîner avec un partenaire historique. On ne dine jamais seul à son hôtel dans cet univers !

Green show

LA RSE APPLIQUÉE AUX STANDS



L'impact environnemental lié aux stands peut être évidemment réduit. Dès 2007, Duo initie cette réflexion. Sa solution : créer **un écosystème d'exposition réutilisable donc durable**

et plus rentable. Un concept RSE à part entière expliqué par une pro de l'optimisation des achats responsables et quelques briques de LEGO®...

Démo avec Chrystelle, responsable des achats





« Quand t'es la nouvelle directrice marketing et que ton boss découvre le stand... la sérénité, c'est confort ! »

Les rencontres font bien les choses dit-on. Je retrouve **Olivier**, un copain de fac, aujourd'hui co-gérant du Groupe Promeo. « Je te le dis à toi... Quand on a évoqué, avec mon père, un stand en toile de 130 m², sa première réaction a été : « Mais t'es sûr de ton coup pour le stand Quechua ? »... Moi, je savais que ça le ferait ! »

Agnès, du groupe Promeo, sait qu'elle a fait mouche : du sur-mesure, clé en main en moins d'un mois. L'expérience Duo est concluante. « On dirait de vrais tableaux accrochés », lui confie Gilbert, son patron. Elle sourit. « Venant d'un amoureux de l'Art, ça fait chaud au cœur ! »





Diplômé de l'ESSEC, directeur marketing de Duo, Nicolas a travaillé durant 5 ans en agence, chez Nurun, devenue Publicis, en tant que directeur de clientèle. Il intègre ensuite le service marketing de Duo, part 3 ans à Chicago pour développer la filiale avant de revenir à ses premiers amours : le marketing.

Une œuvre d'anticipation décrit le monde tel qu'il pourrait être dans un futur proche.

C'est à cet exercice difficile que s'est livré Nicolas, par un jour ensoleillé, dans le patio de Duo à Lansargues. L'homme de marketing s'est prêté au jeu de la perspective, lui qui chaque jour chasse les certitudes.

ROMAN D'ANTICIPATION MARKETING

2033
**FUTUR
PROCHE**

Chapitre - I -

Décembre 2033. La France a vu sa croissance évoluer dans un monde où « **tout devient toujours plus rapide** ». Les relations commerciales continuent de se bâtir sur les mêmes fondements, par écrans interposés ou par l'intermédiaire de conseillers devenus très pointus. Les échanges en face-à-face ont même repris plus d'importance que dans les années 2020, le respect des engagements est, quant à lui, au cœur de tous les systèmes. Certes, l'intelligence artificielle a bouleversé pas mal de choses, mais le bon sens est enfin arrivé à s'imposer au sein des logiques économiques.

Les salons professionnels foisonnent, toujours plus aujourd'hui, partout dans le monde. Les pays émergents du début du XXI^e siècle ont également leurs grands rendez-vous auxquels participent des milliers d'entreprises, soucieuses de se rapprocher de leurs clients et prospects. Les grandes métropoles abritent les grandes places mondiales d'exposition ; des rendez-vous régionaux sont également des événements clés sur les territoires nationaux. Chaque filière a son parcours planétaire de prédilection.

Les mentalités ont évolué, les besoins aussi. Sur fond de crises économiques répétées, le commerce mondial a fait sa révolution. La responsabilité sociétale des entreprises (**RSE**), nouvelle norme du marché, a imposé de nouveaux codes : l'écologie et le respect des citoyens sont au cœur de tous les engagements entrepreneuriaux. L'univers des salons a vécu une mutation profonde par rapport à la problématique de l'environnement comme l'avait pressenti l'un de ses précurseurs, Duo.

Dès 2025, l'univers du stand a su combler son retard dans l'économie circulaire. Les entreprises ont réduit leurs budgets de marketing et de communication et se sont inscrites dans une dynamique environnementale forte. La lutte contre le gaspillage,

Définition de la RSE :
La responsabilité sociétale des entreprises est une approche volontaire, dans laquelle les entreprises intègrent les préoccupations sociales et environnementales dans leurs activités et dans leurs interactions avec leurs parties prenantes.

la pollution et une gestion des ressources humaines juste et équitable sont désormais pleinement intégrées aux chaînes de production.

Solution durable et réutilisable, le modulaire a vite fait l'unanimité. L'industriel Duo avait déjà lancé, en 2010, un nouveau concept fondé sur l'impression sur tissu et les cadres en aluminium réutilisables et adaptables à différentes configurations. Seule l'image était transportée. Sept ans plus tard, les exposants l'avaient bien assimilé en constituant leur propre stock de cadres et en les réutilisant à chacune de leurs manifestations. L'image était reine, la dissociation du support et de la toile était devenue une pratique courante. Seuls les tissus étaient réimprimés sur des sites de production implantés sur les cinq continents.

Profitant de ce succès grandissant, le spécialiste du modulaire a initié une démarche d'économie circulaire. Il a affiné son concept. Pour limiter les coûts de transport et de stockage et réduire l'impact environnemental, il a créé des hubs dédiés à proximité des grandes places mondiales d'exposition. Les exposants ont depuis recours à ces écosystèmes locaux constitués de matériels et de monteuses. Un cercle vertueux s'est rapidement développé autour de l'économie du partage. Avec la montée en puissance de l'intelligence artificielle, ce spécialiste du modulaire a optimisé la dématérialisation de sa production.

(Décembre 2033)... La responsabilité sociétale des entreprises (RSE), nouvelle norme du marché, a imposé de nouveaux codes