

# COMMUNIQUÉ DE PRESSE.

**MOBALPA**

## **FRÉDÉRIC PLUYAUD, NOUVEAU DIRECTEUR D'ENSEIGNE MOBALPA**

Depuis le 1er Septembre, Frédéric PLUYAUD a officiellement pris la fonction de Directeur d'Enseigne Mobalpa, nommé par Philippe CROSET, dans le cadre d'une réorganisation interne du Groupe Fournier.



Frédéric PLUYAUD est loin d'être un inconnu pour Mobalpa. Il est entré dans le Groupe Fournier il y a maintenant près de 20 ans, d'abord au poste d'Animateur de Réseau pour la marque Perene puis pour Mobalpa. Il a ensuite assuré les fonctions de Chef de Produit, de Responsable Marketing Opérationnel puis de Directeur International.

Aujourd'hui, après avoir passé 3 ans "en Europe", comme il le dit lui-même, il vient prendre la Direction de l'Enseigne Mobalpa avec un bagage conséquent et complet, lui apportant une expertise aussi bien en termes de commerce, que de produit ou de marketing.

Ce réseau et ces magasins, il les connaît très bien et c'est un atout essentiel à ses yeux : « *Je suis ravi de la mission qui m'a été confiée et très content de retrouver les acteurs d'un réseau qui m'est cher. Toutes ces années m'ont forgé une conviction : faire réussir Mobalpa, c'est d'abord faire réussir nos magasins. C'est une réelle chance de faire partie d'un réseau. Je mesure pleinement l'investissement financier de chacun de nos concessionnaires, mais également leur énergie et tous leurs efforts quotidiens pour réussir. Ils ont obtenu de superbes résultats en ce premier semestre si particulier et je suis convaincu que nous allons faire de belles choses ensemble.* »

### 3 CONVICTIONS MAJEURES

De son histoire, Frédéric PLUYAUD a gardé 3 convictions majeures pour « bien faire du commerce » :  
*« L'essence même du commerce, de la relation avec nos clients repose sur 3 fondamentaux. Le premier : nous devons prendre soin de nos clients, toujours et en toute circonstance. Je vais œuvrer pour que notre fonctionnement soit optimum et que la satisfaction de nos clients soit au cœur de chaque étape de leur projet.*

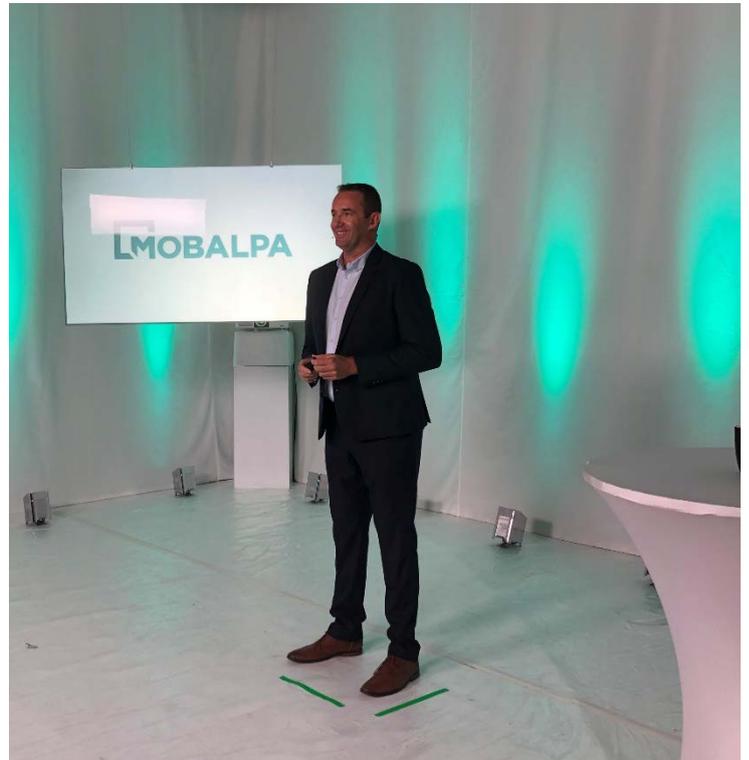
*En second, il me semble essentiel que chacun soit convaincu de la qualité de nos produits et capable de la transmettre. Nos produits sont exceptionnels, nous avons des gammes qui sont particulièrement bien définies et construites. Je souhaite que tous, dans notre réseau, soient à même de connaître et d'apprécier – à leur juste valeur – nos produits. Et j'insisterai aussi sur la qualité de nos conceptions, qui sont la traduction de notre savoir-faire et un pilier de notre différenciation. Nous avons une richesse intrinsèque que nous devons exploiter et sur laquelle nous devons capitaliser. Tout cela forme notre marque, notre bien commun qu'est Mobalpa.*

*Enfin, le troisième point sur lequel je voudrais appuyer mes ambitions pour la marque et le réseau, c'est la culture du résultat. Tout ce que nous faisons est là pour générer de la rentabilité et du Chiffre d'Affaires mais c'est aussi et surtout la base pour pérenniser nos entreprises et notre réseau. Je veux que chaque magasin puisse avoir des fondations solides, une charpente financière qui le mette à l'abri de tout écueil et ça passe obligatoirement par cette culture du résultat ».*



## OBJECTIFS ET AMBITIONS POUR L'ANNÉE À VENIR

C'est donc sur ces 3 bases de travail que Frédéric PLUYAUD va axer sa rentrée et ses ambitions pour l'année à venir. Pour présenter cette vision du métier et ses objectifs pour la marque, il a réalisé une visio-conférence le 8 septembre dernier avec les Dirigeants du réseau. Pour conclure cet échange, il a tenu à leur transmettre une valeur essentielle à ses yeux : *« je crois en la bienveillance ! Pour faire grandir notre bien commun, cette belle marque qu'est Mobalpa, je vous propose que cette façon de voir les choses anime notre quotidien. Cela ne veut pas dire "de ne pas être exigeant" bien au contraire. Pour être performant nous devons bien sûr continuer à être exigeant. Mais la posture de bienveillance doit être au cœur de notre manière de travailler ensemble, de se parler, de ne pas toujours être d'accord mais pour autant d'être à l'écoute. Je crois beaucoup en cette notion, à ce rapport entre nous. »*



Un discours qui semble avoir trouvé écho auprès des concessionnaires Mobalpa.

Mobalpa est une entreprise pionnière sur le marché de l'aménagement global de l'habitat, implantée depuis toujours au cœur des Alpes, en Haute-Savoie (à Thônes). Les plus de 70 années d'expérience en France et à l'international de la marque, née en 1948 d'une entreprise familiale d'ébénisterie créée en 1907, lui confèrent un savoir-faire unique.

Mobalpa offre des services de conception, fabrication et installation d'agencements personnalisés et clés en mains. Elle intervient principalement dans les projets de cuisines, salles de bains et dressings mais ses produits d'aménagements sur-mesure, fonctionnels et déco lui permettent de s'étendre à l'ensemble des pièces de la maison.

Mobalpa obtient en 2002 la certification ISO 9001 (version 2000) pour son système de management de la qualité, et est certifiée ISO 14001 pour son management environnemental. La marque a reçu de nombreuses récompenses : Observer du design, prix Entreprises & Environnement, AQTA (Association Qualité Totale dans l'Ameublement).

Le réseau Mobalpa compte aujourd'hui 299 points de vente dans le monde (dont 237 en France) et a réalisé un chiffre d'affaires de 450 millions d'euros en 2019.



CONTACTS PRESSE



RPCA – 65 rue Chardon Lagache, 75016, Paris  
Marine Torresse – [m.torresse@rpca.fr](mailto:m.torresse@rpca.fr)  
Marie Ceillier – [m.ceillier@rpca.fr](mailto:m.ceillier@rpca.fr)  
Tel. : 01 42 30 81 00