

La société idéale n'est pas une utopie, elle s'appelle Pocheco

samedi 21.05.2011, 05:14



Fiche d'identité

L'histoire

Née à Roubaix en 1928, Pocheco déménage à Forest-sur-Marque en 1975. En 2008, son dirigeant, Emmanuel Druon, rachète 100 % des parts de la papeterie, certifiée QSE (qualité, sécurité, environnement) la même année.

L'activité

Avec quatre-vingt-quinze salariés, Pocheco (pour « pochette commerciale ») fabrique et vend deux milliards d'enveloppes par an. Un chiffre en hausse régulière de 20%.

Emmanuel Druon a repris l'entreprise familiale en 1997. Il en a fait un modèle de «développement durable». PHOTOS STÉPHANE MORTAGNE

La papeterie Pocheco est verte, respectueuse de ses salariés, soucieuse de son avenir, ultramoderne... Et grâce à tout ça, bénéficiaire.

Dans la vie, Emmanuel Druon, président de Pocheco, est furieusement écolo. Il trie, recycle, « ne mange pas de viande, n'achète pas de fleurs coupées »... Et comme chef d'entreprise, idem : rigueur verte à tous les étages. Devant la papeterie, joli bâtiment de brique rouge au coeur du village de Forest-sur-Marque, une bambouseraie fraîchement plantée décompose les encres et purifie les eaux de rejets. À l'intérieur, des pompes récupèrent et redistribuent la chaleur du parc de machines « le plus moderne au monde ». Les encres sont sans solvant ni métaux lourds. Le papier, à base de bouleau et de pin, fait grandir la forêt finlandaise : « Pour chaque arbre coupé, trois sont plantés. »

« Économies »

Sur le toit, végétalisé sur sa partie plane et coiffé de panneaux solaires le long des « sheds », butinent les abeilles de quatre ruches. Dans l'arrière-cour, les chutes de papier sont récupérées pour être revendues... Tout ça pour quoi ? « Parce que c'est plus malin de le faire, sourit Emmanuel Druon. C'est plus écolo et plus rentable. » Il parle fièrement « d'économies ».

Parce que, miracle, Pocheco est rentable dans un secteur en difficulté, où « l'Internet frappe fort », où « les échanges de courriers papier baissent de 10 % par an ». Alors pour mieux grandir, « l'entreprise ne verse pas de dividendes depuis quarante ans. On réinvestit 100 % du résultat. » Ce résultat net varie « de 1 à 5 % du chiffre d'affaires »... qui a presque doublé en quinze ans. Il était de 12 millions en 1997, 16 millions en 2001, autour de 22 millions attendus en 2011. Dans le même temps, les concurrents boivent le bouillon. À petites touches, Pocheco a réussi à grignoter 65 % des parts du marché français de l'enveloppe de mise sous pli automatique. Ses principaux clients : l'assurance maladie, Orange, SFR et les grandes banques françaises, « toutes sauf la BNP ». Pocheco s'attaque même aux États-Unis avec la Bank of America.

Faire des émules

Les salariés aussi ont le sourire. Dans un environnement de travail plutôt détendu, ils profitent d'une politique salariale exceptionnelle dans le secteur. Ici, entre l'ouvrier de base et le chef, la fourchette des rémunérations est « d'un à quatre ». « Quatre, c'est moi », précise Emmanuel Druon. « Un », sans l'ancienneté, c'est tout de même « le SMIC plus 15 %, sur quatorze à quinze mois » en comptant les primes et la participation. Le patron joue les pragmatiques pour défendre sa démarche utopiste : « Ils le méritent. Ils sont 15 % plus productifs que dans le reste de la profession ».

Ouverte aux médias et aux visites institutionnelles, friande de tambours et trompettes, Pocheco rêve de faire des émules dans un monde où l'entreprise n'est pas toujours exemplaire.