

Entrevue
présidentielle



Entrevue présidentielle avec le nouveau président de Permacon : **UNE CARRIÈRE ET UNE VIE BÉTON !**

Lucas Vallon est à la tête de Permacon depuis janvier 2020. Richard Darveau, président et chef de la direction de l'AQMAT, l'a reçu à nos bureaux, chaleureusement, bien que respectant les normes de distanciation en vigueur.

Né le 21 avril 1974 en France, cet ancien pro de rugby est diplômé de l'École supérieure de commerce de Bordeaux. M. Vallon a été vice-président chez Techniseal pendant un an (2019) et président chez Marlux et directeur général chez Alkern dans son pays d'origine.

Avec douze usines et plus de 800 employés travaillant dans ses installations au Québec et en Ontario, Permacon dessert des clientèles dans cinq segments de marché :

- Produits de maçonnerie résidentielle
- Produits de maçonnerie ICI – institutionnel, commercial, industriel
- Produits d'aménagement résidentiel

- Produits d'aménagement ICI – institutionnel, commercial, industriel
- Distribution au détail – grands détaillants

Fondée au Québec en 1952 sous le nom de Bloc Vibré, l'entreprise fusionne ses activités avec Les Industries Fortier en 1986, donnant naissance au Groupe Permacon. L'entreprise connaît ensuite une croissance rapide, notamment grâce à une série de fusions et d'acquisitions.

En 2001, la multinationale Oldcastle Architectural, en Georgie, acquiert la totalité des actions de Permacon.

Q Permacon est une société très québécoise et vous êtes un arrivant. Vous devenez, j'imagine, à chaque jour, à chaque hiver, un peu plus Québécois. Est-ce que c'est une transition qui sera facile pour l'un et pour l'autre ? Est-ce que le mariage peut être fécond quand on prend un président venant de l'étranger pour le mettre à la tête d'une société aussi locale ?

R D'abord, en face de vous, vous avez un président heureux. Heureux avant tout de l'accueil qu'il a reçu des gens qui l'ont accueilli chez Techniseal il y a deux ans, chez Permacon cette année et de manière générale des Québécois. J'y ai trouvé de la compétence, de l'envie, de la volonté et quelque part cette générosité dans le développement et la croissance. Que l'on soit Français ou de quelque nationalité que ce soit, quelque part à mon âge et dans la place à laquelle je suis, je ne sais pas de quoi ou pourrait rêver de mieux.

Q Vous avez 46 ans et vous avez une société qui a plusieurs années derrière elle, mais vous êtes une personne ambitieuse. Sans révéler des secrets, est-ce qu'on veut faire croître Permacon ou est-elle à maturité ?

R La volonté c'est se développer au-delà du chiffre d'affaires. C'est proposer des solutions en termes de produits et services qui font du sens à nos clients. C'est vraiment ce dans quoi j'ai toujours évolué et ce pourquoi, je crois, on m'a fait venir ici.

Q On est allé vous chercher en fait parce que votre carrière a un fil conducteur qui sont les produits du béton et le ciment. Vous n'avez pas attendu d'arriver au Québec pour travailler pour la grande famille CRH. Si nous remontions dans le temps, votre premier employeur était Bouygues Construction.

R Bouygues Construction vient de l'entreprise éponyme fondée par Francis Bouygues en 1974. Aujourd'hui c'est 200 000 employés dans le monde, un des leaders mondiaux de la construction.



Q Après, vous êtes allé chez Saint-Gobain, une des plus vieilles sociétés, presque sous Louis XVI, une société de construction.

R Sept ans. J'ai souhaité faire une période dans la distribution. Saint-Gobain emploie environ 170 000 personnes dans le monde.

Q Après Saint-Gobain il y a eu une série de trois entreprises qui semblent distinctes, mais finalement, par le biais d'acquisitions, cela nous amène à CRH. Expliquez-nous.

R Après l'entreprise générale et la distribution, voie logique : l'industrie. J'ai rejoint CRH au travers de la filiale Marlux où j'ai dirigé en tant que président la filiale sur les produits d'aménagement extérieur où l'on commence à avoir un tournant vers les équivalences de produits Permacon. Marlux, c'est Permacon en France : neuf usines et de l'ordre de 80 millions d'euros comme chiffre d'affaires.

Ce photoreportage reprend de larges extraits d'une entrevue exclusive filmée. Accédez à la vidéo sur la page d'accueil du site aqmat.org et cliquez sur le bouton «Entrevues présidentielles» à droite.

Q Est-ce que, en France, vous développiez aussi en parallèle les marchés du détail (là-bas, Leroi Merlin, ici RONA, BMR, etc.), le marché architectural et puis aussi le marché institutionnel ?

R Je ne cacherai pas les similitudes qui sont plus que ténues entre ce que j'ai pu connaître en France et ce que je rencontre ici, que ce soit dans la distribution, à la fois les marchands, mais aussi les distributeurs professionnels, la prescription des produits, les architectes ou que ce soit dans les produits de la maçonnerie ou les produits d'aménagement extérieur.

Q Est-ce à dire que vous arrivez pour une compagnie que vous ne connaissiez peut-être pas, Permacon, mais vous êtes déjà assez familier avec son environnement ?

R Comme on dit en français, je suis arrivé lancé puisque la formation, je l'avais. Plus de quinze ans dans les usines, chaque fois dans un poste de direction, mais à divers niveaux, sur diverses machines, sur divers produits, ce qui m'a permis de pouvoir être assez efficace dès le début.

Q Comment évaluez-vous le positionnement de Permacon par rapport à d'autres joueurs et quels sont les enjeux majeurs que vous percevez après six mois à la tête de l'entreprise ?

R La force de Permacon, c'est son âge. Le défaut ou la faiblesse de Permacon, c'est son âge. La force c'est aussi, je crois, que les Québécois connaissent encore mieux Permacon que moi puisque que cela fait presque 70 ans maintenant et cette nécessité de se réinventer, de proposer des choses nouvelles, c'est peut-être ce qu'il manquait. C'est peut-être un peu aussi l'objet de ma mission en arrivant chez Permacon depuis janvier.

Q Sur l'ensemble des usines, il y en a plusieurs au Québec. Je crois qu'il y en a deux à Montréal, une à Saint-Eustache, une à Trois-Rivières et une à Québec. Vous allez garder en activité ces opérations ?

R Plus que jamais.

Q Pour le marché du Québec, très domestique, la place de

Permacon est bien installée. Dans le reste du Canada, est-ce que le nom de l'entreprise résonne avec autant de force ?

R Il y a plus de travail à faire, notamment en Ontario où il y a également cinq usines. Il y a plus de travail à faire parce qu'il y a plus de concurrents. L'histoire de Permacon, c'est le Québec. L'usine originelle était basée à Sherbrooke. Vis-à-vis Toronto, c'est un peu plus loin et il y a aussi la langue qui est différente. Nous sommes plus leader au Québec et challenger en Ontario, mais il y a une grosse volonté de développer des choses. C'est ce que l'on fait aujourd'hui et la force d'un groupe, pour en revenir à l'appui de CRH, c'est de nous donner des capacités d'investissement chaque année en millions de dollars pour moderniser nos usines.

Q Est-ce que vous trouvez que le Québec, le Canada encourage suffisamment les produits manufacturés localement ?

R Sans doute pas assez, et c'est ce que je peux regretter. Je le regrette sincèrement parce que je crois qu'avant tout une économie est forte par son tissu industriel et notamment par la



proximité qu'il y a entre l'achat, le consommateur et ses usines. Que ce soit d'un pays ou d'une région différente, je trouve qu'on ne privilégie pas assez, sans aucun doute, les produits faits ici.

Q Croyez-vous que les municipalités, le gouvernement du Québec, peut-être aussi le gouvernement central pourraient incorporer dans les appels d'offres publiques un certain préjugé favorable à l'égard des produits d'ici jusqu'à concurrence d'un certain prix ?

R Il m'apparaît indispensable de privilégier sa population. Deuxième point, il y a un aspect environnemental. Quand on voit aujourd'hui sur les produits, qui sont les produits concurrents aux nôtres, des produits arrivés d'Allemagne ou des produits arrivés d'Europe plus généralement ou même des États-Unis, il y a un double discours entre ce que l'on peut entendre dans les médias et la réalité des choses sur les chantiers sur lesquels on opère.

Q Donc, vous aimeriez plus de solidarité également de la part des concepteurs, des architectes, designers ?

R Sans aucun doute et il faut aussi être les premiers à se remettre en cause là-dessus. Peut-être qu'il faut être encore plus présents. On va renforcer ce lien avec les donneurs d'ordres pour finalement ne plus avoir de prétexte éventuel à ne pas trouver de produits québécois sur des bâtiments québécois.

Q Est-ce que vous pensez qu'une entreprise comme Permacon doit compter sur son patronat et en l'occurrence sur l'AQMAT, pour défendre des positions comme celle-là sur l'achat local et la solidarité économique avec la fabrication au Québec et au Canada ?

«Un président d'une entreprise, c'est un peu comme les vagues et le rocher. Voilà! Ma fonction c'est de faire le rocher.»

- Lucas Vallon

R Un rôle essentiel. L'AQMAT a été dès le début de la crise un fer de lance, continue à l'être, et je vous encourage à ce qu'elle continue longtemps à l'être.

Q J'imagine que faire partie d'une grande famille comme CRH a des avantages au niveau de la créativité, de l'innovation, de la recherche et le développement. Vous accédez à des produits développés ailleurs et vice-versa. Peut-être que d'autres centres peuvent bénéficier de l'expérience de Permacon ?

R Tout à fait. La créativité est mise à l'épreuve et démontrée chaque année. La gamme de produits Permacon c'est plus de 1 400 produits et cette année on a lancé 52 produits; l'an dernier plus de 40. Sans dévoiler de scoop, l'année prochaine, il y en aura au moins une trentaine. Donc chaque année, on se réinvente, on renouvelle et on propose des solutions les plus en phase avec les demandes du marché.

Q Dans quelle mesure Permacon ou la grande famille CRH a incorporé le vaste monde du Web ?

R La limite de l'électronique pour les produits en béton, c'est la livraison. En revanche, tout ce qui se passe en amont ou en aval, c'est-à-dire le suivi, les conseils de pose, les tutoriels, les vidéos, les photos, comme en amont, la partie technique, fiches techniques se développent avec notre

service marketing, sept personnes qui développent des outils justement au service des clients.

Q Vous êtes présents auprès des centres de rénovation par le truchement des médias de l'AQMAT et puis d'autres manières. Est-ce vous avez l'intention, en tant que président de Permacon, d'être aussi en relation directe avec l'utilisateur final ?

R Elle est à deux niveaux cette relation. Elle est à la fois chez les entreprises du paysagement où les représentants de Permacon vont directement au contact pour accompagner la démonstration et la présentation de nos produits, les avantages et notamment les conseils de mise en œuvre. Le deuxième pan d'activité, ce sont les particuliers pour qui on met toute une batterie de tutoriels pour justement accompagner la pose et la mise en œuvre de nos produits, une fois le produit acheté dans nos chaînes de distribution préférées.

Q Quelle est la première différence que vous remarquez dans notre culture d'affaires par rapport à celle qui prévalait dans vos autres expériences qui étaient toutes françaises ?

R La première et sans doute la plus belle, je crois que c'est la tolérance, le droit d'erreur et finalement la fidélité.

Entrevue présidentielle

Q Dans les relations de travail avec les employés, est-ce que vous sentez qu'il y a des différences dans ce que les employés attendent de vous comme un des dirigeants ?

R Ce qu'ils attendent peut-être encore plus de moi que j'ai pu connaître dans d'autres pays, ou dans d'autres fonctions, c'est le rôle de leader. En fait, ils s'attendent d'avoir quelqu'un qui passe devant. Et ça tombe bien !

Q Vous avez une carrière qui a ce fil conducteur au niveau du produit même, le béton. Or, votre vie personnelle est aussi d'une stabilité. Pouvez-vous nous parler un peu de votre vie personnelle ?

R Trois enfants. On est ensemble depuis plus de 20 ans. On est très heureux. Beaucoup de voyages. Beaucoup de découvertes et de rencontres. Pas beaucoup de soucis. Et c'est aussi cette envie d'apprendre tous les jours qui fait que je suis heureux.

Q Béton au niveau du sport aussi puisque vous avez choisi le rugby, pourquoi ce sport ?

R Je pense qu'avant tout c'est un sport de partage. J'en ai fait pendant 17 ans. J'étais professionnel de rugby et quelque part c'est quelque chose qui m'a beaucoup apporté, dans l'humilité, la reconnaissance et... comment dire... cette nécessité d'être ensemble dans l'effort. Aussi, « workout / payout » : on sait travailler fort, on sait aussi s'en satisfaire fort. Donc ç'a été pour moi une superbe aventure.

Q Je m'attendais au mot authenticité parce que pour moi le rugby c'est aussi un des sports qui est le moins « fake » pour employer un mot à la mode. Cela vous ressemble aussi. Vous aimez la franchise ?

R C'est un sport vrai. Et si j'y suis allé, c'est que ça devait correspondre à un de mes traits de caractère. Le rugby est avant tout un sport de combat. C'est aussi une dédication personnelle dans l'effort donc.

Q Est-ce que vous pensez que la pratique d'un sport comme celui-là a contribué à forger votre caractère, et tout à l'heure vous avez dit que les gens attendent du leadership, et vous avez le titre de président. Est-ce que la pratique du rugby vous aide selon vous à assumer un rôle de présidence d'entreprise ?

R Sans aucun doute.

Q Vous aimez aussi le succès. Alors si vous êtes avec Permacon, c'est que vous n'êtes pas en fin de carrière ?

R Quand on joue, c'est pour gagner. Et je ne suis pas en fin de carrière.

