



RENCONTRE

G. Tondeur. Le guide des pros de l'enseigne



Dirigeant depuis 1997 DT Signs, leader régional de l'enseigne implanté à Dourges, Guillaume Tondeur a pris en février la présidence du Synafel, le syndicat national d'une profession, dont il transmet les inquiétudes. Selon lui, la taxe locale sur la publicité extérieure menacerait « 50 % des 12.000 emplois que compte le secteur ».

Guillaume Tondeur. Le guide des pros de l'enseigne

À 45 ans, Guillaume Tondeur a été, le mois dernier, porté à la tête du Synafel, le syndicat national des professionnels de l'enseigne et de la signalétique. Leader régional du secteur, implanté à Dourges, le P-dg de DT Signs entend profiter de son nouveau statut pour défendre une profession qu'il juge menacée.

Allure élancée, regard droit, main ferme. Guillaume Tondeur affiche le profil du dirigeant au sommet de son métier.

De fait, sa désignation à la présidence du Synafel représente une consécration, mais qui n'est pas exempte de responsabilités.

Le syndicat national des professionnels de l'enseigne commerciale et de la signalétique compte en effet 430 adhérents, soit 10.000 salariés pour un CA global d'1Md€.

Au-delà des responsabilités que suppose la direction de la structure, c'est également une conjoncture délicate à laquelle Guillaume Tondeur doit faire face, tant économiquement que politiquement.

Le désir de se faire voir

Avec sa formation de commercial et une expérience outre-Atlantique, Guillaume Tondeur s'est toujours efforcé d'insuffler un élan d'ouverture et de modernité au secteur relativement technique et cloisonné de la signalétique. La mort bru-

tale de son père, Daniel Tondeur, le propulse à 32 ans à la tête d'une entreprise familiale qu'il rebaptise DT Signs 5 ans plus tard en mémoire de son fondateur.

Le dirigeant intègre rapidement le Synafel où il voit une opportunité de défendre sa profession et d'accroître sa visibilité. Il en devient rapidement vice-président et responsable de la communication après avoir imaginé le concours des Icosa d'Or, qui récompense chaque année à Paris les plus belles réalisations de la profession.

« Il s'agit surtout d'un événement pour se faire voir », résume Guillaume Tondeur dont l'entreprise a été distinguée de nombreuses fois à cette occasion.

Une diminution d'activité

Malgré la conjoncture, « la rentabilité de DT Signs demeure très bonne », assure Guillaume Tondeur. Avec ses 85 salariés (une rareté dans le milieu), la société assure 80% de son CA grâce à des contrats passés avec des réseaux

enseignes d'envergure nationale comme Orange, AG2R, ou encore Casino.

Cependant, « notre activité a baissé sensiblement en 2009, reconnaît l'entrepreneur. On est passé d'un CA de 11 M€ à 9 M€. » Un reflux conséquent au tarissement des commandes lié à la crise économique et à la fin de gros marché qui avait fait bondir les résultats de DT Signs les années précédentes.

Le choix de l'innovation

« Le secteur évolue de façon considérable, note Guillaume Tondeur. Après la course au gigantisme et au clinquant, la sobriété visuelle et énergétique s'impose partout. »

Le dirigeant entend garder une longueur d'avance en la matière. Après la sortie l'an dernier de la Luxiol, une lettre ultrafine à led qui permet de diviser par 10 l'énergie que consomme le néon, DT Signs prépare le lancement de Coméol, une enseigne directement alimentée par le vent.

« Nous devons innover constam-

ment pour rester dans la course, poursuit Guillaume Tondeur. Cela passe nécessairement par le développement durable. » De fait, son entreprise s'applique à passer au management environnemental pour valider une certification Iso 14001 actuellement en cours.

Une taxe décriée

Le contexte politique actuel amène Guillaume Tondeur à lancer également un département dédié à la décoration de véhicules avec des bandes adhésives. La législation pourrait amener les entreprises à limiter leur communication visuelle.

En effet, l'application de la taxe locale sur les publicités extérieures (TLPE) inquiète sérieusement le nouveau président du Synafel. Elle est censée, selon lui, compenser en partie la disparition de la taxe professionnelle, « au mépris de notre profession et de nos emplois », souligne-t-il.

Bertrand Tardiveau



● De Publinéon, société créée en 1957 et rachetée par son père Daniel en 1972, Guillaume Tondeur a fait de l'entreprise DT Signs une entreprise classée dans le top 5 du marché français.

Il aime, il n'aime pas...	
<p>Il aime...</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le sport : après le marathon, le triathlon est sa nouvelle marotte. - La montagne : cet ancien chasseur alpin voudrait pouvoir y faire plus souvent de longues randonnées. - Le contact avec les gens. - Définir une orientation et s'y tenir. 	
<p>Il n'aime pas...</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les injustices en tout genre. - La routine dans son travail. - Les réunions interminables. 	

PARCOURS

1965

Naissance à Cambrai.

1972

Son père, Daniel Tondeur, installe sa société de fabrication d'enseignes à Dourges.

1987

Diplômé de Sup de Co Lille. Séjour aux États-Unis.

1990

Intègre l'entreprise familiale. Après une expérience dans la fabrication et la pose d'enseignes, passe au service commercial avant d'en prendre la direction.

1997

Au décès de son père, reprend les rênes de l'entreprise.

2002

Rebaptise l'entreprise DT Signs, devient vice-président du Synafel et lance les Icona d'or

2007

Agrandissement du site de production de Dourges à 4.500 m².

Février 2010

Devient président du Synafel.

« Cette aberration risque de coûter la suppression de 6.000 emplois »

Quels sont vos objectifs en tant que nouveau président du Synafel ?

Je ne m'en cache pas. Cette position confère très certainement une meilleure visibilité à ma société. Toutefois, ces nouvelles responsabilités m'occupent environ une journée par semaine. Et j'ai la ferme intention de poursuivre l'essor grandissant du syndicat.

On compte environ 1.300 sociétés dans l'enseigne commerciale et la signalétique en France. Elles ne comptent en moyenne que 4 salariés. Nous parlons ici de TPE, avec les difficultés que cela suppose. Notre organisation a pour but de renforcer notre profession, de la rendre plus cohérente et plus accessible.

Le Synafel a son propre centre de formation et son propre label de qualité, Qualif'enseignes. Il s'agit de poursuivre cette politique en développant le nombre de nos adhérents et en les orientant davantage vers la nécessité du développement durable. L'objectif c'est d'aller à l'interdiction des enseignes énergivo-

res.

N'est-ce pas ce choix du développement durable qui a guidé l'adoption de la loi sur la taxe locale sur la publicité extérieure, le 4 août 2008 ?

Les enseignes représentent seulement 7% du territoire français et leur consommation d'électricité correspond à 1/1.000^e de l'éclairage public. Sous prétexte de limiter la pollution visuelle dans les villes, la taxe locale sur les publicités extérieures (TLPE) sert avant tout à compenser la suppression de la taxe professionnelle.

Chaque collectivité peut l'appliquer ou non avec un tarif prédéfini au m² en fonction de la densité de sa population. Un tarif auquel s'appliquent des multiplicateurs pour les enseignes supérieures à 12 m².

Autant dire que les entreprises y regardent à deux fois avant de faire appel à nos services.

Un garage pourrait être taxé jusqu'à 15.000 € par an, un centre commercial 100.000 €. En somme, la taxe leur coûtera plus cher que

l'enseigne à proprement dit.

Comment comptez-vous faire exactement pour mettre en avant vos intérêts ?

La TLPE est une véritable aberration qui met en danger tout un secteur. Son application à la lettre peut menacer directement jusqu'à 50% des 12.000 emplois que compte notre profession.

Aujourd'hui, ce sont 5.000 villes qui appliquent la taxe en France. On trouve parmi elles, Lens, Béthune ou Berck-sur-Mer et, si nous ne faisons rien, la liste devrait s'allonger selon toute vraisemblance.

Nos exigences sont simples. Pour éviter de trop fortes disparités entre les municipalités, chacune d'entre elles aurait intérêt à adopter toutes les possibilités de minorations et d'exonérations prévues par la loi.

Les établissements sont taxés dès 7 m² d'enseigne, il faudrait relever ce seuil à 12 m². Il faudrait également une réduction de 50% de la taxe pour les enseignes allant de 12 à 20 m².

Propos recueillis par B.T.