



# PLAGE : Produit-service-client, ça doit coller

Mis à jour le 8 juin 2017

Plage a connu un franc succès avec ses stickers muraux fabriqués et diffusés en série. Pour se distinguer face à une concurrence croissante, elle a innové, renforcé la dimension artistique de ses produits et souligné la dimension de service de son offre. Pour aller plus loin encore dans cette démarche, Plage s'est associée aux réflexions sur l'économie de la fonctionnalité. Rencontre avec Marie-Julie Morizot, directrice de l'innovation et de la recherche-développement de Plage SA.

*"Notre métier, ce n'est pas la production d'autocollants, c'est la décoration murale"*, affirme Marie-Julie Morizot, directrice de l'innovation et de la recherche-développement de Plage SA. Cette PME familiale, basée à la fois à Wasquehal, près de Lille et à Blaringhem, en Flandre intérieure, est pourtant connue dans toute la France pour ses adhésifs géants, reproduisant des bambous, des galets ou des coquelicots, trois best-sellers dans un catalogue de 1 000 références. L'idée de *"sortir le motif du revêtement mural"*, pour en faire un élément de décoration amovible, repositionnable et se prêtant à des compositions diverses, date de 2004 ; elle est due au dirigeant historique de Plage, Yves de Laromiguière. En 2007-2008, elle a rencontré un très gros succès public, amenant l'entreprise à employer jusqu'à 90 personnes.

## Une stratégie d'innovation

Mais moins de deux ans après cette flambée, des succédanés, venant d'Europe et d'Asie, sont apparus sur le marché. La copie était d'autant plus simple que la fabrication ne demande pas un gros investissement technique. Plage s'est battue pour préserver ses créations et défendre la qualité de ses produits : mise en avant de l'originalité de ses créations graphiques, constitution de collections thématiques annuelles autour de tendances, accent porté sur la qualité des supports utilisés (colle permettant un déplacement du motif sans endommager le mur). Elle a élargi sa gamme, du tout petit motif au mur d'image, en passant, en 2010, par la création de décors en trompe-l'oeil pour les portes. Elle a aussi innové, non pas au petit bonheur la chance, mais en s'appuyant sur une organisation transversale, impliquant tous les collaborateurs de l'entreprise. Plage est labellisée *« organisé pour innover »* depuis 2008 ([www.organiserlinnovation.com](http://www.organiserlinnovation.com)). De ce bouillonnement d'idées, est sorti en 2011 un modèle de sticker à encre électroluminescente. L'effort actuel du service recherche-développement porte sur le film photographique où sont reproduites les illustrations : en 2014, il sera entièrement "bio-sourcé" ; plus aucun dérivé du pétrole n'entrera dans sa fabrication.

## Art et environnement

L'engagement de Plage en faveur du développement durable ne date pas d'hier. Ainsi, en 2007, l'entreprise a établi son bilan carbone. A la vue du poids des approvisionnements aériens dans ses émissions, elle a décidé de rompre avec certains fournisseurs asiatiques et d'en chercher d'autres en France. La fabrication de miroirs (à assembler sur mur) et de décors en bois a été rapatriée dans la région. Et des établissements d'aide par le travail (ESAT) du Nord - Pas de Calais assurent une bonne partie du conditionnement des marchandises. Par ailleurs, Plage a remplacé des véhicules de sa flotte par des modèles à moindre consommation. En 2008 enfin, les tubes en PVC dans lesquels étaient vendus les adhésifs géants ont été abandonnés au profit d'emballages en carton recyclable. Enfin, par le biais d'une fondation, Plage soutient des jeunes artistes ou se fait mécène d'expositions, comme celle sur la Ville magique, présentée dans le cadre de Lille 3000, au musée d'art moderne de Villeneuve d'Ascq.

## Vers un nouveau modèle économique

Malgré tout, l'article-phare de Plage a perdu de son éclat. *"Aujourd'hui, le produit sticker est arrivé à maturité, diagnostique Marie-Julie Morizot. Nous devons le réinventer et innover des manière plus générale pour proposer des solutions de décoration plus proches des besoins des consommateurs"*. L'étude-action sur l'économie de la fonctionnalité, financée par la Région Nord - Pas de Calais, est donc venue à point en 2011 et la société y a participé avec beaucoup d'intérêt. *"La première étape, celle du diagnostic, nous a permis de définir la valeur ajoutée que voulions apporter aux consommateurs : embellir la vie. Il s'agit de réfléchir plus largement à ce que Plage apporte à l'ensemble de ses parties prenantes ou reçoit de ces dernières"*. Des actions menées par l'entreprise hors de son activité commerciale, comme la mise en avant d'artistes via sa Fondation, le don d'adhésifs pour la décoration d'hôpitaux, l'utilisation de certains de ses produits dans des ateliers de création avec des enfants, ou encore le "recyclage" de certains de ses "déchets" (prototypes, rebuts, etc.) dans des œuvres artistiques, alimentent et enrichissent ces réflexions.

## Du sens pour chacun

Pour mieux connaître ses clients finaux, leurs besoins, l'utilisation qu'ils font de ses produits, Plage va créer un dialogue direct avec eux, notamment via le web, à côté du circuit actuel de vente par la grande distribution (grandes surfaces alimentaires ou spécialisées en bricolage). *"Cela permettra de créer une offre adaptée à leurs attentes, voire de la co-construire avec eux, explique la directrice de l'innovation. Réfléter son identité et sa culture, exprimer sa créativité, s'amuser en bricolant sont des besoins auxquels Plage peut répondre par des solutions originales. L'offre nouvelle que nous lancerons en 2013 sera porteuse de sens pour chacun"*.

## FICHE D'IDENTITÉ

**Acteur** : Plage France SA

**Adresse** : Rue de Wardrecques, 59173 Blaringhem

**Site internet** : <http://www.plage.fr/>

**Contact** : [contact@plage.fr](mailto:contact@plage.fr)

Aller plus loin : Retrouvez cette initiative sur la plateforme de bonnes pratique RSE BipiZ (version anglaise)

## Découvrez la vidéo réalisée par Réseau Alliances

# Plage

Durée: 02:00

Minimiser l'impact environnemental avec PLAGE.

## Découvrez d'autres contenus similaires

**Climatour "Chaleur urbaine : multi-re...**

Le 29.11.2018

**Climatour "Chaleur urbaine : multi-renouvelables et multi-clients"**

**Quand la ressource Terre produit l'algue s...**

Le 15.10.2019

**Pratiques Agricoles : Quels impacts sur la qualité des produits ? - Willems**

Le 16.11.2016

**Journée d'échanges réduction de l'utilisation des produits phytosanitaires**

**Haagen Dazs envisage de consommer une élec...**

**Produits biosourcés durables pour les...**

Le 09.03.2016

**RDV produit "Fibre de Bois" - Loos-en-Gohelle**

**Mr.Goodfish : cap vers la consommation dur...**

**Retour sur la visite Climatour : Chaleur u...**

**Vidéo Climatour "Chaleur urbaine : mu...**

# FOODavniR : AGROE accompagne les entrepris...