

« Je ne suis pas une adepte de la culture de l'excuse »

GHISLAINE DUIJMELINGS (51 ans)

Née à Helmond. A étudié à Anvers et à l'INSEAD. A travaillé à partir de 1991 chez Overtoom et chez Manutan, jusqu'en 2015. A été PDG chez Troostwijk Veilingen en 2015 et a été nommée en 2020 PDG de l'entreprise allemande de ventes aux enchères en ligne, Surplex.

1. Quelle a été votre jeunesse ?

Je suis née à Helmond. Nous avons souvent déménagé, de la province du Brabant dans celle de Drenthe, puis en Flandre zélandaise. Les déménagements ont été un élément important de ma jeunesse très heureuse par l'amour que j'ai reçu. Ma mère était femme au foyer, mais a repris une activité professionnelle lorsque mon jeune frère a eu douze ans. Mon père travaillait dans l'industrie textile et nous suivions le mouvement lorsqu'il changeait d'employeur. Il travaillait dans les revêtements de sol, un petit secteur aux Pays-Bas.

« Il est clair que les déménagements ont marqué ma jeunesse. ». Tous les cinq ans, je devais me séparer de mes copains et copines parce que nous partions autre part. Cela a eu une influence positive, en ce que tu apprends facilement à t'adapter. J'ai toujours travaillé pour des entreprises internationales et ai moi-même souvent déménagé. J'ai étudié et travaillé en Belgique, ai déménagé en France d'où j'ai travaillé pour au profit d'entreprises espagnoles, portugaises et italiennes, avant de revenir en Belgique et partir aux Pays-Bas où je vis depuis dix ans.

« Voyager est pour moi encore important. Nous avons l'ambition de vivre sur chaque continent avant qu'ils aient 21 ans, je pense en effet que c'est une partie d'éducation. Mais les voyages ne peuvent pas tout. »

2. Que voulais-tu faire professionnellement ?

« Toute jeune déjà, je voulais intégrer le monde entrepris. Cela m'a toujours qui m'attiré, raison pour laquelle j'ai étudié la gestion des entreprises.

Je n'ai jamais rien voulu faire d'autre. Je ne sais pas d'où me vient cette attirance, peut-être en partie de mon père, sachant que je ne viens pas d'une famille d'entrepreneurs. J'ai travaillé dans des magasins pour me faire de l'argent de poche, mais je ne peux vraiment pas dire que j'y ai beaucoup appris. Peut-être en ai-je tiré des enseignements sur le terrain des rapports humains, mais ce n'a pas été déterminant pour ma carrière.

« Pendant mes études, j'ai constaté une grande attirance pour le commercial et le marketing. J'ai commencé dans le marketing chez Overtoom en Belgique, spécialisé dans les articles de bureau. Nous avons été rachetés par Manutan, un grand groupe français coté en bourse. C'est alors que je me suis retrouvé dans un environnement international.

« J'ai toujours été animée par ces questions : qu'est-ce que je faire autrement, qu'est-ce que je peux améliorer ? Le rachat de l'entreprise pour laquelle je travaillais m'a permis de fortement développer mon aptitude à travailler à l'international et à me voir confier toujours plus de responsabilités.

C'est naturellement que j'y suis venue. Par mon comportement, mon état d'esprit, j'ai été amenée à occuper certaines fonctions.

« Ce n'est pas tant en planifiant ma carrière qu'en saisissant les opportunités qui m'étaient données. Ayant longtemps travaillé pour Manutan, je suis devenue directrice pour le Benelux. Arrivée à la direction du groupe, je me suis demandé après vingt-quatre ans passés à ce poste si j'y restais jusqu'à ma retraite ou si je partais faire autre chose ».

3. Vous êtes partie faire autre chose.

« J'ai démissionné et ai pris contact avec un certain nombre d'entreprises. C'est par le plus grand des hasards que j'ai rencontré le fils du propriétaire de la société Troostwijk Veilingen, laquelle cherchait un nouveau PDG. C'est ainsi que je me suis retrouvée dans l'univers des ventes aux enchères. Je suis restée quatre ans au poste de PDG chez Troostwijk. Un autre monde. »

4. Comment le décririez-vous ?

« La vente aux enchères est quelque chose de très particulier. Tout comme Surplex, Troostwijk est une société spécialisée dans la vente aux enchères de machines. Il s'agit d'une activité business-to-business très orientée vers l'international. Ce qu'était d'ailleurs Manutan également. Beaucoup d'opérations en ligne et sur la base de données informatiques, tout ça, je l'ai vu chez Manutan. Un catalogue épais comme ça mis en ligne.

« J'utilise les données depuis longtemps, par exemple pour la predictive modelling : vous pouvez alors savoir à l'avance quels seront vos acheteurs potentiels.

Vous mettez en relation des acheteurs avec le vendeur, mais vous devez d'abord trouver l'acheteur. L'utilisation des données et la connaissance des secteurs industriels est très important. Vous devez avoir un excellent département marketing, car il vous faut bien savoir où trouver les gens qui cherchent une machine donnée.

« Jadis, lors des ventes aux enchères qui se déroulaient des salles, vous pouviez passer des accords sur place. Aujourd'hui, les acheteurs sont aux quatre coins du monde. Cela rend la véritable valeur des machines beaucoup plus transparente. »

5. Vous avez quitté Troostwijk pour rejoindre Surplex. Pourquoi ?

« Par attrait pour l'international. L'importance de Troostwijk aux Pays-Bas et en Belgique est énorme, mais Surplex est également très actif à l'étranger. L'expérience que j'ai accumulée chez Troostwijk m'a beaucoup servi.

« Mais, c'est la raison pour laquelle j'ai choisi pour Surplex, les deux directeurs qui sont coactionnaires. Je détiens moi-même des participations au capital. Je suis un jour entrée en contact avec eux et nous avons appris au fil du temps à nous connaître toujours mieux.

« J'ai quitté Troostwijk et ai dû attendre un an avant pour commencer chez Surplex à cause de ma clause de non-concurrence. On m'a fait, au cours de cette année, d'autres propositions dont j'ai pensé : « Ah, ça pourrait être sympa aussi, ça ! » Mais vous devez écouter votre cœur, pas votre compte en banque.

« Surplex est une entreprise allemande, mais le climat n'y est pas n'est pas du tout rigide ou froid. Je l'ai choisie pour ses valeurs, ses normes et sa culture. Elles sont en parfaite adéquation avec ma manière de diriger. Je peux y être moi-même, faire des erreurs et apprendre. Pour moi, la confiance est essentielle et je crois fortement qu'une entreprise grandit tout comme le font les hommes. »

6. Comment vous y prenez-vous ?

« De différentes manières » Tout d'abord la manière dont vous commandez vous même, à savoir : commencez par une introspection. « D'abord réfléchir lorsque que quelque chose ne marche pas comme tu le veux » Déterminer ce que j'aurais pu faire autrement, avant de rendre l'autre responsable. Je ne suis pas du tout une adepte de la culture de l'excuse. » Nous faisons partager cette philosophie à nos employés et les formons à assumer leurs responsabilités.

« L'important est le développement personnel à tous les niveaux. Chez Manutan, j'avais mis en place des activités sportives, non parce que le sport est sain, mais pour apprendre à se prendre en main. Nous avons une bibliothèque et une médiathèque, des jardins pour apprendre à prendre soin de la nature.

« Chez Surplex, les employés faisaient souvent profiter aux autres de leurs connaissances dans le cadre de formations informelles pendant la pause midi. Le travail d'équipe est fondamental. Nous faisons tout notre possible pour favoriser le développement de chacun, je trouve cela très important. »

7. Quel est l'éventail des produits que vous vendez ?

« Les gens vendent leurs machines parce qu'ils n'en ont plus l'utilité ou parce qu'ils veulent réaliser des économies. Ou bien encore parce qu'ils veulent moderniser leur parc et réinvestir. Il est clair que l'industrie manufacturière néerlandaise souhaite posséder les équipements dernier cri. Et ici, on ne rigole pas avec les normes et exigences en matière de sécurité. Leur renouvellement partiel s'impose, passé un certain nombre d'années. Cependant, il va de soi que nous ne vendons pas de machines peu sûres : elles sont toutes passées au crible par nos soins. Les gens ne peuvent placer eux-mêmes une machine en ligne pour la vendre aux enchères : une équipe de chez nous se rend sur place pour examiner sous toutes les coutures et en faire une description. Nous avons des acheteurs dans le monde entier. De grosses sommes sont en jeu, même si l'éventail des produits va des perceuses à une chaîne de production complète.

« Les cessations d'activité et les faillites sont bien sûr également des motifs poussant leurs propriétaires à vendre.

La deuxième cause est naturellement horrible, mais il n'est en rien désavantageux que d'éventuelles dettes puissent être rachetées rapidement. En effet, l'entrepreneur peut ensuite redémarrer. Nous procédons également à des expertises dans le but d'examiner les options possibles dans le cadre d'une vente au plus offrant, dès qu'une faillite se profile à l'horizon. Cela arrive rarement, mais nous nous attendons à une augmentation de ces cas.

« Nous faisons également de la vente de gré à gré. Nous le faisons au profit d'un petit marché ou bien lorsque des gens sont à la recherche d'une machine très spécifique. Parfois, lorsque les clients le souhaitent, nous achetons la machine et la revendons plus

tard. 40 % de notre chiffre d'affaires provient de telles ventes. Nous offrons de très nombreux services : évaluations, export et transport, démontage des machines. Cela va bien au-delà de la seule vente.

« Ce qui est sympa dans ce travail, c'est que vous donnez une deuxième vie aux machines et contribuez à créer de l'emploi autre part. » Vous voyez d'ailleurs que les entrepreneurs néerlandais ne font pas toujours le choix d'acheter de nouvelles machines : vous pouvez également parfaitement produire avec une machine qui a déjà servi autre part, cela fait une différence en matière d'investissement »

8. Vers quels secteurs industriels Surplex est-elle tournée ?

« Nous sommes principalement axés sur la métallurgie et l'industrie du bois, mais également sur la construction et le terrassement. »

9. Quelle est votre style de direction ?

« Les gens me considèrent comme une collègue, quand bien même suis-je celle qui décide en dernier ressort. Je pense que je suis accessible, pas autoritaire. Cette façon d'être est typiquement celle d'un PDG néerlandais. Rutte se déplace en vélo et il est courant que la reine prenne des bains de foule. Mes coactionnaires ont le même état d'esprit. Lorsque je lis les retours que nous donnent les clients sur internet c'est toujours : « Quel formidable soutien ! » et « Comme ces gens sont aimables ! ». Nous faisons le maximum pour le client. En outre, notre chiffre d'affaires connaît une augmentation de 20 % par an, ce qui a également été le cas l'année dernière, ceci en dépit du corona. Autant de raisons qui font que les gens nous trouvent toujours plus facilement. »

Source : Liesbeth Wytzes, [EW Elsevier Weekblad](#)



Contact presse :

Dennis Kottmann

Chef du marketing

www.surplex.com

Tél. : +49-211-422737-28

Fax : +49-211-422737-17

Mail: dennis.kottmann@surplex.com