

► DÉFINIR
et DÉPLOYER
une STRATÉGIE de
DÉVELOPPEMENT



**Lise DROUIN & Marie BRAND - Co-Dirigeantes
et Associées**

La société MONALISON est une entreprise, créée il y a 5 ans par 2 Associées, Lise DROUIN (Styliste d'origine canadienne) et Marie BRAND (Belge diplômée en gestion) dont l'activité porte sur la création, la fabrication et la commercialisation de linge de maison, à la base essentiellement du linge de lit.

L'entreprise s'est par opportunité essentiellement développée dans un secteur bien spécifique qu'est **le linge pour les bateaux de plaisance de prestige** elle a acquis une belle notoriété et ses lettres de noblesse. Lise et Marie sont seules pour tout gérer, la production est sous-traitée, le niveau d'activité actuel les sature et la question de la croissance se pose, mais cette fois avec une question jamais posée jusque-là : **quelle est notre ambition - quelle est notre stratégie ?**



> **Lise et Marie
expliquent
leur
démarche :**

« Nous sommes un peu à la croisée des chemins et avec une question classique pour une jeune entreprise : **rester petit ou grandir ?** Lise : Nous avons travaillé 5 ans d'arrache-pied, nous sommes au four et au moulin et pourtant nous n'avons pas vraiment de retour financier de notre travail, car nous avons fait le choix de laisser l'essentiel des revenus dans l'entreprise pour faire face à ses besoins de démarrage.

Notre développement naturel nous amène à un niveau où nous devons prendre une option claire sur notre avenir et celui de la société. Nous avons donc choisi de chercher un partenaire pour financer et accompagner la croissance. Nous avons rencontré une société spécialisée en recherche d'investisseurs qui nous a fortement conseillé de nous faire accompagner par un Conseil en business développement en la personne de Pascal Deleersnyder - COHESIUM.

Comment s'est articulé son accompagnement ?

Dans un premier temps, Pascal a établi un audit structurel de notre activité et à vrai dire c'était particulièrement structurant de faire cette analyse sur nos acquis, notre façon de gérer nos ratios de performance, notre modèle actuel, nos forces et faiblesses. Cet exercice a permis à Pascal de bien nous

cerner et de **nous apprendre à avoir cette posture analytique sur toute une série de paramètres fondamentaux.**

Pascal nous a ensuite demandé à titre plus personnel quelle était notre ambition perso et pro comme il dit, **quels objectifs nous souhaitons atteindre, ce qu'on aimait faire et savions bien faire**, quelles ressources nous étions prêtes à activer, quel investissement personnel et financier nous étions prêtes à assumer, et ça aussi nous a aidé à nous projeter et baliser une perspective concrète avec un business-model revisité.

Qu'est-ce que cette nouvelle étape a permis de définir pour l'avenir de MONALISON ?

Pour Pascal Deleersnyder ; l'élément essentiel du constat de base était que le choix d'être quasi exclusivement actif dans le segment du yachting était limitant en termes de potentiel. Limitant, car c'est une niche et que du linge de maison il s'en vend partout pour des usages privés et professionnels. Limitant aussi du fait que MONALISON dépend des constructeurs et des concessionnaires de bateaux pour promouvoir et vendre leurs produits, leur marque. Ces 2 aspects ne sont pas de nature à favoriser un développement à la hauteur du potentiel de marché.

Néanmoins, les références dans le yachting constituaient une superbe carte de visite en termes de crédibilité pour aborder d'autres segments. **Nous avons alors réfléchi sur comment adapter l'offre (son attractivité) et l'action commerciale (la proactivité) pour générer la croissance visée.**



Quel regard portez-vous sur l'accompagnement de COHESIUM ?

Pour Lise, « c'est essentiel pour les entrepreneuses que nous sommes, à notre échelle, d'avoir ce regard porté avec bienveillance, professionnalisme, expertise, mais aussi **« un doigt là où ça fait mal »** pour nous faire relever la tête et porter un regard lucide et aussi boostant sur notre futur. »

Pour Marie, « l'intérêt est qu'au-delà de l'analyse et de la stratégie, **il y a aussi un accompagnement pragmatique au niveau de la gestion et de l'organisation.** De plus, l'accompagnement de COHESIUM est particulièrement pragmatique et didactique. Nous avons maintenant une véritable feuille de route pour conduire un plan de développement que nous avons établi avec discernement. »