

Max le Fleuriste éclôt sur les réseaux sociaux

Maxime Bailleul doit son succès à ses tutoriels sur Facebook ou Instagram.

CHARLOTTE DE SAINTIGNON
@ChadeSainti

COMMERCE Un contenant pour végétaux conçu à partir d'un ballon de baudruche emballé de papier toilette. Le tuto publié par Max le Fleuriste pendant le confinement réunit plus de 6 millions de vues et touche 13 millions de personnes sur les réseaux sociaux. Fleuriste près de Perpignan (Pyrénées-Orientales), Maxime Bailleul, 36 ans, s'est bâti, en deux ans à peine, une solide réputation sur la toile. « Au départ, je voulais simplement communiquer ma passion, raconte-t-il. Aujourd'hui, 140 000 personnes me suivent sur Facebook. J'ai un compte certifié et je suis rémunéré par le réseau. »

Tout a commencé en 2017 par une première vidéo, sous le nom de « Max le Fleuriste » : un tutoriel pour concevoir un centre de table. Dix mille au compteur... « Pourtant, c'était une vidéo muette très archaïque, en direct, d'une qualité plutôt médiocre », juge Maxime Bailleul. Il répond aux commentaires des uns et des autres et poste d'autres vidéos où il prépare ses propres bouquets en direct. Avec un objectif : proposer une nouvelle approche de l'art floral.

« Je ne suis pas un simple fleuriste mais un designer de la fleur, dit-il. Je propose des créations jamais vues ailleurs.



Maxime Bailleul gère avec son père cinq boutiques de fleurs à l'enseigne Max le Fleuriste autour de Perpignan, lesquelles réalisent 1 million d'euros de chiffres d'affaires. ASCENS

D'ailleurs je ne regarde jamais les créations de mes confrères. »

Cet artisan de 36 ans baigne dans les fleurs depuis sa plus tendre enfance : il a tenu le magasin aux côtés de son père, Bachir Bouchal, dès ses 14 ans. Il veut mettre en avant le côté créativité du métier.

« Dans les écoles, on nous apprend le savoir-faire mais pas le reste », regrette-t-il. Outre ses 15 salariés qu'il forme à son savoir-faire, les professionnels plébiscitent eux aussi sa créativité. Pour les satisfaire, Maxime a ouvert la Max Aca-

demey en capitalisant sur sa marque. Reconnu également à l'étranger, en Espagne et en Belgique notamment, il est sollicité pour y donner des cours, même Outre-Atlantique – il doit en dispenser à Atlanta l'année prochaine.

Une identité commune

Fort de son succès, Maxime Bailleul se professionnalise et se perfectionne aussi sur la toile. « Au départ, je faisais tout tout seul, explique-t-il. J'ai vite été débordé et n'arrivais pas à répondre à tous

les messages. Depuis, j'ai recruté un photographe, un vidéaste, un webmaster et un community manager. » Propriétaire avec son père de cinq boutiques de fleurs qui réalisent 1 million d'euros de chiffre d'affaires, c'est tout naturellement qu'il les transforme pour les passer sous l'enseigne Max le Fleuriste et leur donner une même identité – pour le moment seules deux d'entre elles ont revêtu les couleurs noir et blanc de la marque. « C'était une évidence, note-t-il. Donner son nom à un magasin, cela crée de la

proximité, c'est très fort. » Anticipant l'avenir, il a protégé le nom de l'enseigne pour l'Europe sur différents produits dérivés – outils, tabliers, savons, parfums... Travaillant main dans la main avec son père, Maxime Bailleul se plait dans cette situation. « On me pose souvent la question de la difficulté de travailler en famille, sourit-il. Pour moi, ce n'en est pas une, nous sommes complémentaires. »

Au départ, en 2006, le jeune homme a voulu prendre son propre envol et monter son affaire à Nice. « J'ai eu la chance de côtoyer des personnalités de renom, comme le prince Albert de Monaco ou M^{me} de Fontenay, raconte-t-il. J'étais fournisseur des grands palaces de la Côte d'Azur, du Carnaval de Nice et des plus beaux yachts du monde. »

Pour peaufiner son image d'expert, il a participé à toutes sortes de concours. Il a fini à la première place départementale et régionale de la Coupe Espoir Interflora, rendez-vous depuis vingt-cinq ans des jeunes pousses de la fleuristerie. Cinq ans plus tard, il décidait de rejoindre le giron familial. Et de proposer ses bouquets signature – M'accorderiez-vous cette danse ? Je t'emmène à Venise – dans toute la France grâce à sa nouvelle boutique en ligne ouverte en février dans laquelle il pense proposer des abonnements avec des bouquets surprises et des box de DIY (Do It Yourself).

Pour l'heure, le site ne représente que cinq à six commandes chaque jour. Début 2021, il prévoit d'ouvrir une sixième boutique et ambitionne d'investir dans un entrepôt pour pouvoir confectonner les bouquets et que les clients puissent voir toute la chaîne de distribution. Pour la suite, et notamment un éventuel développement en franchise, on verra plus tard, dit-il. « Je veux prendre mon temps. Tout est déjà allé très vite en l'espace de deux ans. » ■

Matthieu Jourdan dirige avec une touche de philosophie

Le président de Sapian, qui emploie 1 500 salariés, s'efforce d'appliquer les préceptes de Thomas More.

THOMAS LESTAVEL @lestavel

MANAGEMENT Le vendredi 19 juin fut une journée pas comme les autres pour Philippe Klocanas. Cet habitué des conseils d'administration et des sièges en velours a troqué le costume trois pièces contre une combinaison blanche, des chaussures de sécurité et de gants en caoutchouc pour combattre rats et souris dans un immeuble parisien. Le cofondateur de Weinberg Capital Partners a participé à une journée de dératation aux côtés d'un employé de la société Sapian dont le fonds est actionnaire. « La semaine prochaine j'accompagne un technicien en hygiène de l'air, et la suivante je passe une journée en agence », expliquait l'investisseur. C'est le président de Sapian, Matthieu Jourdan, qui l'a persuadé d'aller sur le terrain pour mieux appréhender l'activité de l'entreprise et la vie quotidienne de ses salariés.

Auteur d'un livre qui invite à « mobiliser sa vie intérieure au travail »,

Matthieu Jourdan se présente comme un patron humaniste et se réclame de la pensée de Thomas More. « Pendant longtemps j'ai été un patron stressé, matérialiste, insatisfait. En 2010 j'ai vécu une conversion intérieure d'ordre spirituel », évoque-t-il. En 2016, il a rencontré Xavier de Bengy, directeur industriel d'une PME près de Lyon et féru de Thomas More en France. Sur ses conseils, Matthieu Jourdan rejoint le Thomas More Leadership Institute, association d'accompagnement de responsables économiques et politiques, d'inspiration chrétienne.

Car Thomas More n'était pas seulement l'auteur de L'Utopie qui décrit une île fictive où prospère une démocratie avant-gardiste. Avocat, il fut page de l'archevêque de Canterbury, chancelier du roi Henri VIII, savant et théologien. Condamné à mort et exécuté en 1535, il a été canonisé en 1935. « C'était un homme très engagé dans le monde et un père de famille qui s'est impliqué dans l'éducation de ses filles », souligne Matthieu Jourdan.

Arrivé il y a six mois à la tête de Sapian, après son rachat en LBO par le fonds Weinberg Capital Partners, le quinquagénaire dirige 1 500 personnes réparties dans 42 agences. Le médite chaque matin de 6 heures à 6h30, coupe l'autoradio quand il conduit, fait une retraite silencieuse chaque année pendant trois jours, dans une abbaye. Malgré un emploi du temps chargé, il tient à « prendre le temps de la délibération et de l'échange ».

« Un stalinien qui se soigne »

Dans son entreprise précédente, PointP, dont il était DG de l'île-de-France, il bloquait une demi-journée pour chacun de ses entretiens annuels avec ses N-1. « Cela ne m'intéresse pas de passer en revue un questionnaire de compétence superficiel où l'autre va chercher à prouver qu'il est bon partout, explique-t-il. Ce que je veux savoir, c'est : qu'est-ce qui lui a procuré de la joie ? qu'est-ce qui le bloque ? qu'est-ce qui lui fait peur ? Quand un sujet résonne chez l'autre, on peut en parler pendant



Matthieu Jourdan : « Pendant longtemps j'ai été un patron stressé, matérialiste, insatisfait. En 2010, j'ai vécu une conversion intérieure d'ordre spirituel. »

des heures. » Adil El Ghoul, technicien en assainissement et élu CGT chez Sapian, note la différence avec le patron précédent. « Il a passé une matinée sur le terrain avec moi l'autre jour, dit-il. Il est à l'écoute, je sens qu'il veut changer les choses. »

Dans son œuvre, Thomas More évoque la finitude humaine et la mort. « La fragilité et la vulnérabilité ont leur place dans l'entreprise », veut croire Matthieu Jourdan. Il raconte avoir joué cartes sur table quand il est arrivé dans l'entreprise, en présentant ses faiblesses à l'équipe de direction. « Je ne vais pas toujours au bout des choses. J'ai tendance à vouloir prendre le contrôle quand je suis stressé. Je suis un stalinien qui se soigne ! plaisante-t-il. Le fait d'en parler, ça m'apaise et ça m'aide à apprivoiser ces défauts. Accepter ma propre vulnérabilité m'aide à accueillir celle de l'autre. » Thomas More écrivait : « La philosophie n'a pas accès à la cour des princes ». Matthieu Jourdan veut prouver qu'elle a sa place dans les états-majors des entreprises. ■

Mon entreprise aide les chercheurs à faire de grandes découvertes sur le cancer

Steve Burggraf
Fondateur de Big Fernand, mécène de Gustave Roussy

UNISSONS NOS FORCES DEVENEZ MÉCÈNE DE L'INNOVATION CONTRE LE CANCER

Gustave Roussy et sa Fondation ont l'ambition de « Guérir le cancer au 21^e siècle ». Premier centre de lutte contre le cancer en Europe, Gustave Roussy place l'innovation au cœur d'une révolution humaine, scientifique et technologique pour combattre le cancer. En devenant mécène à nos côtés, vous participez concrètement à de grandes avancées porteuses d'espoir pour tous les patients atteints d'un cancer. **Donnez du temps à la vie, donnez à Gustave Roussy.**

FRANCINE TROCMÉ VITALI - Responsable mécénat et grands donateurs
francine.trocme@gustaveroussy.fr - 01 42 11 65 62

ANNE-SOPHIE DE BOISSARD - Responsable campagnes Fondation
anne-sophie.de-boissard@gustaveroussy.fr - 01 42 11 54 74

GUSTAVE ROUSSY
CANCER CAMPUS GRAND PARIS
WWW.GUSTAVEROUSSY.FR

LA FORCE DE VOTRE DON. LA TRANSPARENCE DE NOS ACTIONS
Depuis 2009, Gustave Roussy et sa Fondation bénéficient de l'agrément « Don en confiance » délivré par le Comité de la Charte. Cet agrément atteste de la transparence des procédures de collecte et de la bonne gestion des dons.