



FINANCE & MARCHES

carnet

PORTRAIT

par Julie Le Bolzer
[@JulieLeBolzer](#)

Stéphane Devulder, chantre du made in France

Et de trois ! Ce jeudi, Stéphane Devulder inaugure la troisième « brique » de la Fabuleuse French Fabrique. Lancé en septembre 2019, ce webzine consacré au « fabriqué en France » – un marché qui pesait plus de 7 milliards d'euros avant la crise – s'était déjà mu en communauté, soucieuse de soutenir le made in France et forte de 10.000 membres sur Facebook. Ce jeudi, le média en ligne devient aussi un site d'e-commerce. « *L'objectif est de diversifier les outils permettant le rapprochement entre les consommateurs et les entrepreneurs qui produisent et créent des emplois dans l'Hexagone* », explique l'ancien directeur financier qui, après vingt ans chez Renault, a subitement éprouvé « *le fourmillement de l'entrepreneuriat dans les jambes* ».

Avec sa Fabuleuse French boutique, ce patron de 45 ans offre une vitrine supplémentaire et un canal de distribution à une vingtaine de marques, portant la mention made in France. Parmi elles, Le Biberon Français, Kippit (hérald de l'électroménager durable), La Manufacture 49 (orfèvre de la chaussure écoconçue depuis 1927)... « *D'ici à un an, nous aimerions compter une centaine de partenaires et atteindre 800.000 euros de chiffre d'affaires* », précise le diplômé de Skema Business School Lille qui ne s'interdit pas de développer, à l'horizon 2022 ou 2023, un réseau de distribution physique.

Avant de devenir un ardent défenseur des savoir-faire locaux, ce fils d'une mère au foyer et d'un père conducteur de travaux, né à Dunkerque, se serait bien vu journaliste ou diplomate. « *Mais, au milieu des années 1990, l'instabilité économique m'a convaincu qu'une école de commerce m'orienterait vers une filière davantage pourvoyeuse d'emplois* », se souvient le néoentrepreneur pragmatique... qui concède avoir parfois des idées arrêtées.

Son diplôme en poche, il s'envole pour la Slovaquie afin d'effectuer sa Coopération chez Renault, le début d'une longue carrière au sein du constructeur automobile. D'abord contrôleur de gestion à la direction commerciale française, l'« *europophile convaincu* » va passer 12 ans



Little Big Bleu

dans des filiales du Vieux Continent : chargé de marketing en Grande-Bretagne, directeur financier de l'entité scandinave à Stockholm, grand argentier pour la zone Suisse-Autriche en poste à Zurich... « *Dix déménagements en quinze ans* », résume le père de deux jeunes garçons qui, lassé par ce nomadisme, a souhaité « *offrir des racines à sa famille* ». Encore enivré par le souvenir des grands froids et des aurores boréales de Laponie, il a choisi Annecy comme berceau de sa nouvelle vie.

« Double casquette »

Il commence par un congé sabbatique, de quoi s'initier à la randonnée en raquettes... et, surtout, mettre sur les rails son idée. « *La force de Stéphane est sa double casquette : il est à la fois stratège et opérationnel* », estime Virginie Vivier, cofondatrice de la Fabuleuse French Fabrique qui, comme son associé et ami, voit dans ce projet le chaînon manquant entre le made in France et des consommateurs un peu perdus face à ce marché fragmenté. « *Stéphane passe du temps sur le terrain pour identifier les besoins des uns et des autres* », dit-elle.

L'intéressé planche actuellement sur le développement de leur offre en B to B, l'ambition étant de faire de la Fabuleuse French Fabrique une plateforme de distribution et de promotion. Alors que le Covid-19 a renforcé l'appétit des Français, et donc des marques, pour la production hexagonale, Stéphane Devulder se souvient que « *son déclic a eu lieu bien avant* ». « *Lors d'une réunion de représentants d'entreprises françaises à l'ambassade de France en Suisse, la part de l'industrie tricolore dans le PIB national (10 %) est apparue extrêmement faible, comparée à celle de nos voisins qui dépasse parfois 20 %* », dit-il, exalté à la perspective de défendre « *le courage, les magnifiques produits et les belles histoires* » des entrepreneurs du made in France. ■

