



Nathalie Varela

Mon éducation, avec un père maçon, une mère couturière, immigrés espagnols, venus en 1939 lors de la guerre civile. Je retiens cette phrase de mon père : « Ma fille, je ne sais ni lire ni écrire, j'ai malgré ça construit une maison, c'était très dur. Toi, tu vas savoir lire et écrire, tu as le devoir et tu devras en construire deux par l'instruction que je n'avais pas mais que tu auras »

« Promis papa, tu seras fier de moi, comme je suis fière d'être ta fille » lui ai-je répondu.

1976

Agée de 18 ans, un CAP de comptabilité, sportive de haut niveau, de là son esprit compétiteur, elle n'a peur de rien, ne lâche rien, a de l'énergie à revendre. Elle dit un grand merci à tous ceux qui ne l'ont pas aidé et sans qui elle n'aurait pas grandi. Dynamique, toujours le sourire, elle va à l'essentiel, ce qui peut déstabiliser son interlocuteur. Têtue, analyste, un sens aigüe du commerce et de la communication, son résultat est dû à ses heures de travail. Visionnaire, elle ne peut vivre sans projet. Sa passion : le design. Un mot plus intelligent que vous ne le pensez ! Ce n'est pas que de l'esthétisme... Concrètement, c'est l'amélioration d'un produit dans tous ses aspects. Elle dit «Mille mercis» à son équipe car sans elle, elle n'est rien.

Elle passe les quatre premières années de sa vie professionnelle, à faire tous les petits métiers de vente, qu'elle ne voudrait plus faire, mais qui font partie aussi de son expérience.

1980

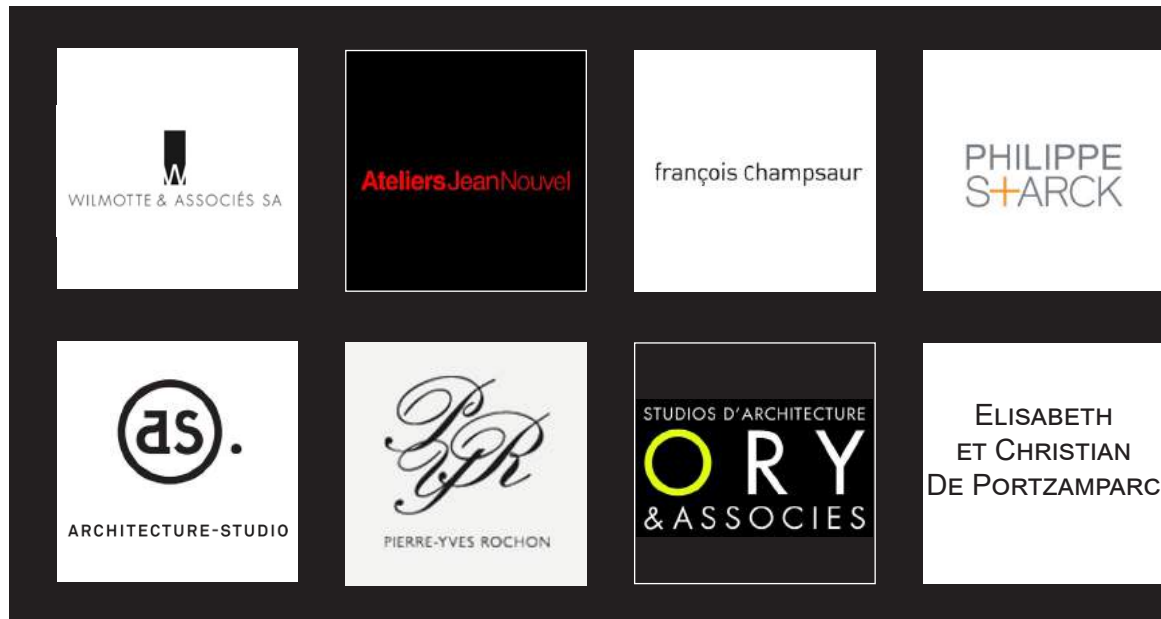
Motivée par les challenges, elle a participé à cinq créations de société parisiennes (type PME) dans le secteur du sanitaire design : SARL Interlignes, Niagara, Au fil de l'eau, JM Nymphéa et Cascade. Elle a toujours été le bras droit des dirigeants (français, israéliens, italiens) avec lesquelles elle a travaillé. Elle a développé l'ouverture de trois showrooms (type grand groupe) : Sanitaire Porcher situé Place de la Madeleine, CCM Porcher situé à Viry-Châtillon dans le 91 ainsi que Sani central du groupe Lambert distribution situé Boulevard Jean Jaurès porte Boulogne Billancourt.



Elle acquière ainsi avec cette 1^{ère} partie, ses 1^{ers} atouts :

- La stratégie commerciale
- La compréhension technique de la fabrication
- La connaissance par le rapprochement des fabricants internationaux, des méthodes d'approches, de vente, de lecture du design, ou tout simplement de conception de produit, suivant la culture sociétale du pays

- Elle côtoie les documentalistes des plus importants cabinets d'architectes. Elle se crée un fichier de clients architectes et décorateurs de plus 3700 personnes.



- La conception et l'organisation de salons et d'événementiels pour la représentation des marques pour lesquelles elle travaille en France et à l'étranger
- Elle apprend à dessiner, à concevoir et à agencer. Elle devient de plus en plus créative au contact de ces professionnels, par la compréhension de leurs cheminements au regard de la conception et de l'innovation qui devient son moteur de vie et ce à quoi elle aspire, pour accompagner, et être dans le changement à venir de notre société
- Elle apprend le marketing et à communiquer suivant les réseaux auxquels elle s'adresse.
- Elle est rémunérée uniquement sur le chiffre d'affaires avec un taux de commission de 1.75 %. Son salaire mensuel est de 21000 FR en 1986, elle a 28ans.

1995

A cette date, elle considère qu'elle est arrivée à maturation du métier de conseillère de vente. Elle veut être responsable de ses actes, avoir son entreprise. Elle comprend que les enjeux du commerce sont dans une phase de transition, liée à la transformation numérique. Elle utilise déjà Windows 1.0.

Parlant espagnol couramment, elle décide de partir seule en Angleterre, 8 mois, pour apprendre l'anglais et être trilingue.

Elle pense avoir fait le tour du sanitaire design, que l'on trouve maintenant aisément un peu partout et de surcroît dans la grande distribution (même si elle considère qu'il n'a que le mot design dans ces produits). Elle comprend qu'il faut aller vers un autre produit de niche, plus design, plus technique, mais toujours pour une clientèle élevée socialement.

Elle parcourt les salons étrangers et « eurêka », en Angleterre, elle trouve son produit : le radiateur design.




Elle change de situation professionnelle en passant du statut d'employée au statut d'agent commercial RESAC (sous le nom Agence Varela Design) avec 2 employés. Elle distribue du radiateur design en conservant une partie de sanitaire mais est également documentaliste pour de petits cabinets d'architectes.

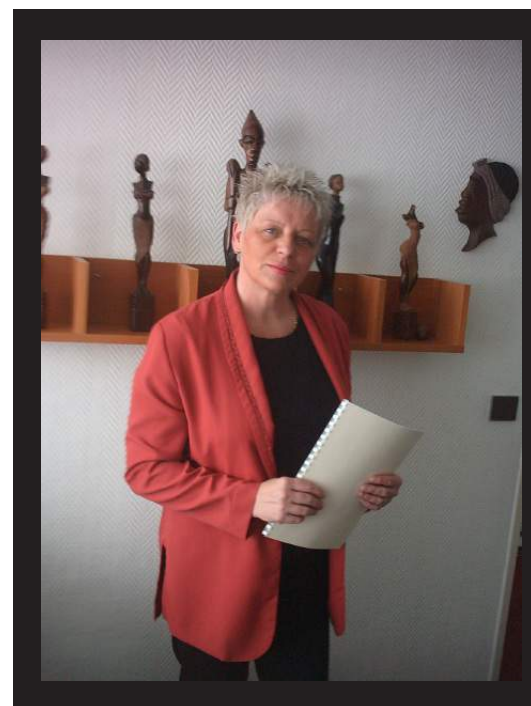
Elle est la 1^{ère} à commercialiser le radiateur design en France. Elle travaille pour la marque Bisque radiator.uk, qui a, à l'époque, une petite collection de dix radiateurs. Elle réalise le meilleur chiffre de vente devant les États-Unis

En parallèle, elle réalise et vend au groupe LVMH, au responsable des ventes du grand magasin parisien « La Samaritaine », pour le somme de 6000 Francs, un concept de vente du sanitaire design.

Pierre, son employé informaticien, lui apprend ce qui la passionne : le monde du web, de l'e-mailing, du référencement, de l'optimisation des mots clés, du site internet, ... Tout cela en suivant l'algorithme des moteurs de recherches type Google, pour communiquer mieux et plus vite à travers le monde et sans coût financier. Elle s'abonne aux newsletters liées à l'industrie, au design et à l'innovation.

A partir de là, son site est toujours le 1^{er} suivant la recherche des mots clés de ce qu'elle veut faire savoir.

Elle acquiert ainsi avec cette 2^{ème} partie, une vision claire et globale de l'entrepreneuriat découlant de ses expériences. Elle en déduit qu'une entreprise moderne se développe sur plusieurs environnements, mouvants et changeants, ajoutés de multiples interactions qui rendent le contrôle et les choix stratégiques de l'entreprise difficile.

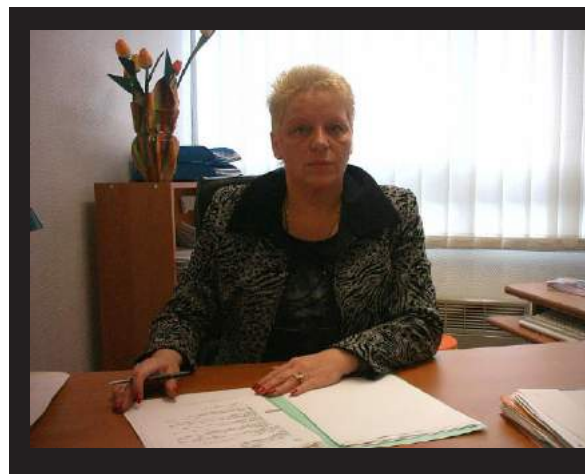


Elle acquière :

- La capacité à maîtriser. C'est à dire à discerner et apprécier, de façon cohérente, l'ensemble des interactions.
- La capacité à imaginer des solutions viables, ou plus exactement « les bonnes solutions », qui anticipent les réalités de demain
- La capacité à maintenir une ouverture d'esprit et d'initiative.
- L'ouverture d'esprit pour ouvrir et «reconfigurer» son travail de représentation et pour intégrer la ou les nouveautés, à chaque étape de changement sociétal. Il faut être résolument mobile et réactif.
- La gestion des informations, en percevant les détails dans les domaines particuliers de ses intérêts. Elle se nourrit grâce à une curiosité permanente.
- L'intuition, ce qui est le moins rationnel, elle l'accorde mais qui se referme sur une solution très dominante, engendrant presque une certitude.
- La vérification. C'est la certitude acquise de tenir la vérité, même provisoire qui doit s'étayer de raisonnements fondés, suivant les enjeux, de façon rationnelle et systématique. Il se peut d'ailleurs que certaines confirmations attendues n'arrivent pas : elle reprend alors les premières phases et se réorganise.
- La capacité d'aller vers l'innovation en mettant en ordre tous les éléments nécessaires à l'orientation future. C'est pour elle un ordre de marche, permettant d'identifier les étapes et outils intermédiaires qui conduiront à la situation future souhaitée.
- La communication, le fait d'établir une relation avec autrui, de transmettre quelque chose à quelqu'un, et ce, inéluctablement par internet, dans un 1^{er} temps.

2002

Elle change de statut pour aller plus loin. Elle est boulimique de travail. Elle crée la SARL Equip'Design, tout en gardant le nom commercial Varela design (déjà bien connu) et reste uniquement sur la distribution de radiateurs design via internet.



 VARELA DESIGN

Radiateurs

2004

Elle ouvre une vitrine de radiateurs design, dans le 15ème à Paris : Varela Design (distribution de radiateurs design) ouverte uniquement le jeudi pour les professionnels.



2005

Elle quitte Paris, elle n'a aucune difficulté, l'outil de son entreprise étant dans son PC et ayant toujours travaillé à distance avec son client. Elle s'installe à Romorantin-Lanthenay, département du Loir-et-Cher, où se trouve toute sa belle famille.



2006

La marque BISQUE radiator UK grandit et vend la Sté à Zehnder Group (ACOVA). Sans état d'âme et d'une vile façon, le groupe prend la distribution des produits. C'est le coup dur. Elle travaille dans sa cave (pas le top du design) **toujours et uniquement via internet**, sur d'autres marques de radiateurs en repartant à 0, finance à plat, de surcroît après avoir acheté une belle maison. Cependant avec encore plus de volonté, de s'être fait voler ce qu'elle avait construit. Pour elle, la meilleure revanche, c'est de vite remonter, de ne pas se faire oublier, d'utiliser son énergie stimulée par le coup encaissé, en se dépassant, pour faire encore mieux, pour garder son orgueil et maintenir cette confiance en elle bien encrée.

2007

Étude sur la fabrication de produit au regard du tissu industriel de la région (2 employés), dont ma 1ère et fidèle Audrey, BAC S, formée dans l'entreprise. Son 1er bras droit production.

2008

Nouveau bureau de 60m² (3 employés). Première production de radiateurs, pas sans mal. Le vrai et nouveau parcours du combattant avec 6 sous-traitants : mécanique de précision, soudure et traitement de surface.



2009

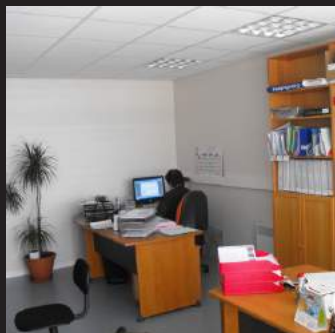
Nouveau bureau de 80 m² plus un dépôt extérieur (4 employés)



2010

Nouveau bureau et dépôt 200 m² (5 employés)
Arrivée de Romain, BTS d'assistant de gestion, son bras droit pour la partie distribution et assistantat marketing, il est formé en entreprise.

(6 employés) Elle pense déjà à avoir son propre bureau d'étude en raison de la difficulté des industriels à avoir une lecture design.



2013

La société dispose à cette date de 7 employés.

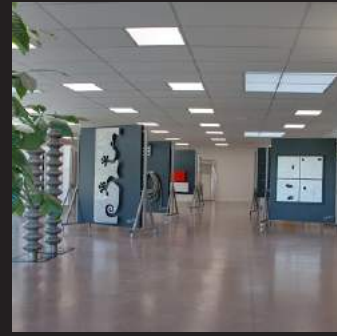
2014

9 employés, construction du bâtiment et showroom Varela Design pour assoir la société en tant que leader. Ceci pour prévenir que la place est prise et qu'elle n'est plus à prendre, du moins en tant que leader.



2015

10 employés, aménagement au nouveau local. La 3ème étape est finie. L'équipe est superbement installée, un emplacement de roi, chacun a son bureau. Il faut maintenant passer à une autre étape. Ne pas évoluer, pour elle, c'est mourir ou se mettre à l'écart du système.



2016

Avec un chiffre d'affaire se situant chaque année sur (minimum de plus 20%).
À cette date, le 19 mars 2016, plus 27 % sans toucher la marge.
Un site avec **plus de 14000 visites mois.**

«Elle a 36 d'expérience dans le secteur design»

Elle arrive entre autres à la maturation de ce secteur de produits. Devant les nouvelles normes sur l'environnement, du système informatique, des méthodes de vente, elle réfléchit à ce qui est à sa portée, pour aller sur le changement futur par les nouvelles technologies de production : nouveau logiciel de création et conception, imprimante 3D, nouvelles matières, et cette rapidité accentuée de l'information et les croisements via internet.

Elle comprend obligatoirement que son produit radiateurs de distribution, ne sera plus une vente importante, il faut fabriquer soi-même.

Des ressources prospects : elle souhaite utiliser son agenda public de relations, son fichier d'architectes, au nombre maintenant de 28000. Elle veut passer au développement de produit pour répondre au commerce du futur, qui ce dernier ne pourra se faire sans une fabrication propre, via un parc machines de dernières technologies, pour ne pas être une de plus dans le troupeau économique qui déjà ne va pas bien. Elle veut prendre des marchés que les autres ne peuvent pas prendre, ou ne pourrons plus prendre. À moins d'un radical changement des mentalités de façon globale de l'industrie.